

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

RECORRENTE: BEBIENDO SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE.

PONENTE: MINISTRA YASMÍN ESQUIVEL MOSSA

COTEJÓ

SECRETARIO: JOZUE TONATIUH ROMERO MENDOZA

COLABORÓ: MARÍA JOSÉ AÑORVE FERNÁNDEZ

ÍNDICE TEMÁTICO

Hechos: El 8 de septiembre de 2022, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, es específico por los artículos 22 Bis y 24 Bis.

Sentencia. El Juez de Distrito que conoció del asunto, determinó el sobreseimiento.

Tribunal Colegiado de Circuito. La quejosa interpuso recurso de revisión. El Tribunal Colegiado de Circuito, determinó levantar confirmar el sobreseimiento y envió los autos a este Alto Tribunal para el análisis de constitucionalidad de los preceptos en cita.

	Apartado		Págs.
I.	COMPETENCIA	Esta Segunda Sala es competente para resolver el asunto.	8
II.	OPORTUNIDAD	El Tribunal Colegiado de Circuito ya lo analizó.	11
III.	LEGITIMACIÓN	El Tribunal Colegiado de Circuito ya lo analizó.	11
IV	CAUSALES DE IMPROCEDENCIA	El Tribunal Colegiado de Circuito ya lo analizó.	11
V	ESTUDIO DE FONDO	V. 1. Vulneración en materia de comercio y libre competencia. V. 2. Limitación en los productos de cafeína. V. 3 Subordinación jerárquica.	11 35 38

AMPARO REVISIÓN 272/2024

		<p>V. 4. Libertad de expresión.</p> <p>V. 5. Motivación reforzada.</p> <p>V. 6 Vulneración al principio de libre concurrencia.</p> <p>V. 7 Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio.</p> <p>V. 8. Propiedad intelectual y derechos de autor.</p> <p>9. Procedimiento de mejora regulatoria.</p> <p>V. 10. Permiso de publicidad.</p>	<p>45</p> <p>48</p> <p>54</p> <p>62</p> <p>64</p> <p>69</p> <p>70</p>
VI.	DECISIÓN	<p>ÚNICO. En la materia de revisión, la Justicia de la Unión no ampara ni protege a la quejosa en contra del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, en específico los artículo 22 Bis y 24 Bis, publicado en el Diario Oficial de la Federación el ocho de septiembre de dos mil veintidós.</p>	71

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

RECORRENTE: BEBIENDO
SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL
VARIABLE.

VISTO BUENO

SRA. MINISTRA

PONENTE: MINISTRA YASMÍN ESQUIVEL MOSSA

COTEJÓ

SECRETARIO: JOZUE TONATIUH ROMERO MENDOZA

COLABORÓ: MARÍA JOSÉ AÑORVE FERNÁNDEZ

Ciudad de México. La Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, correspondiente a la sesión de *** de dos mil veinticuatro de dos mil veinticuatro, emite la siguiente:

SENTENCIA

Mediante la cual se resuelve el recurso de revisión 272/2024, interpuesto por Bebiendo Sociedad Anónima de Capital Variable, en contra de la resolución que dictó el Juez Décimo Quinto de Distrito en Materia Administrativa en la Ciudad de México en el juicio de amparo 1739/2022.

El problema jurídico a resolver por esta Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación consiste en determinar la regularidad constitucional de los artículos 22 Bis y 24 Bis, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

ANTECEDENTES Y TRÁMITE

1. **Hechos.** De acuerdo con las constancias que obran en autos del amparo 1739/2022 del índice del Juzgado Décimo Quinto de Distrito en

AMPARO REVISIÓN 272/2024

Materia Administrativa en la Ciudad de México se advierten los siguientes antecedentes:

2. **Demanda de amparo.** Por escrito presentado el veintiséis de octubre de dos mil veintidós, Bebiendo, Sociedad Anónima de Capital Variable, por conducto de su representante Héctor Manuel Brambila Cortés, promovió juicio de amparo indirecto en contra de los actos y autoridades que a continuación se indican:

“(···) III. Autoridades Responsables:

Al Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, se reclama la emisión del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

El C. Secretario de Salud por la participación en la emisión del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad y por vicios en la emisión del referido Reglamento.

- Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal por vicios en la emisión del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

IV. Actos Reclamados:

- Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, en su carácter de norma autoaplicativa. (···)”.

3. **Trámite del juicio de amparo.** Por razón de turno, conoció el Juzgado Décimo Quinto de Distrito en Materia Administrativa en la Ciudad de México, el que registró el asunto con el número de expediente 1739/2022 y el cuatro de noviembre de dos mil veintidós la admitió a trámite.
4. **Ampliación de la demanda.** Mediante proveído de nueve de mayo de dos mil veintitrés, se admitió la ampliación de demanda respecto de la entrada en vigor del decreto reclamado.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

5. **Sentencia de amparo.** El veintiuno de agosto de dos mil veintitrés, se emitió sentencia en la que sobreseyó el juicio de amparo, por los motivos siguientes:

- En el considerando **segundo sobreseyó** en el juicio respecto del **Consejero Jurídico del Ejecutivo Federal y Secretario de Salud**, en términos del artículo 63, fracción IV, de la Ley de Amparo, de quien atribuyó la **emisión** del “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el ocho de septiembre de dos mil veintidós; pues, resultó inexistente la emisión reclamada de las citadas responsables.
- Posteriormente, tuvo por ciertos los actos atribuidos al Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y Secretario de Salud, pues al tratarse de disposiciones de carácter general, la **emisión** y **refrendo** del decreto se corrobora a partir de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.
- En el considerando **tercero** advirtió de oficio que, respecto del acto reclamado, consistente en el **refrendo** del citado decreto se actualiza la causa de improcedencia prevista en el artículo 61, fracción XXIII, en relación con el diverso 108, fracción VIII, en sentido contrario, ambos de la Ley de Amparo, en virtud de que la parte quejosa no debate tales actuaciones por vicios propios.
- Por otra parte, asumió que se **actualiza la causa de improcedencia prevista en el artículo 61, fracción XII, de la Ley de Amparo**, respecto del decreto reclamado, en virtud de que es de naturaleza heteroaplicativa y la persona moral quejosa no demostró que dicha norma se hubiere aplicado en su perjuicio;

AMPARO REVISIÓN 272/2024

máxime que en su reclamo se sostuvo su carácter de autoaplicativa, puesto que a fin de que irroque una afectación en la esfera legal de la persona moral justiciable, es necesario que la autoridad, esto es, la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios emita los lineamientos relativos que desarrollen, pormenoricen o desenvuelvan los supuestos y formas en que debe cumplirse con la obligación de obtener el permiso relativo para publicitar alimentos y bebidas sin alcohol, que estén constreñidas al etiquetado frontal con uno o más sellos.

- Refirió que respecto del artículo **24 Bis**, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad se encuentra dirigido a quienes realicen publicidad en televisión abierta, restringida, exhibición en cine, internet y demás plataformas digitales, de productos que en su etiqueta se incluya el sistema de etiquetado frontal, conforme a la normativa correspondiente y que la parte quejosa no exhibió medio de convicción alguno con el que demuestre fehacientemente que es sujeto de la norma reclamada, ya que no acreditó ser una empresa que se dedique a la publicidad de los productos a que hacen referencia el artículo reclamado, tampoco que es titular de registros marcarios o signos distintivos cuyo uso se restrinja en productos que en la etiqueta incluyan el sistema de etiquetado frontal y que derivado de esa circunstancia se encuentre constreñida al cumplimiento de lo ordenado.

6. **Recurso de revisión.** Inconforme con dicha resolución, el ocho de septiembre de dos mil veintitrés, la quejosa por conducto de su autorizado en términos amplios del artículo 12 de la Ley de Amparo, Jorge Luis Álvarez Tostado Lara, interpuso recurso de revisión, del que correspondió conocer al Décimo Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito, el cual lo registró con el número **472/2023** y lo admitió mediante proveído de veintinueve de septiembre de dos mil veintitrés.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

7. **Sentencia.** En sesión de catorce de marzo de dos mil veinticuatro, el Tribunal Colegiado de Circuito dictó sentencia en la que:

- a). Modificó la sentencia recurrida;
- b). Sobreseyó el juicio respecto al refrendo del Decreto que se le atribuyó al Secretario de Salud;
- c) No sobreseyó respecto al Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el ocho de septiembre de dos mil veintidós, en específico los artículos **22 Bis y 24 Bis, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad;** y
- d) Se declaró legalmente incompetente para conocer de los temas de constitucionalidad, por lo que remitió los autos a esta Suprema Corte de Justicia de la Nación.

8. Lo anterior, por los motivos siguientes:

- En el considerando séptimo determinó la firmeza del sobreseimiento decretado respecto del Consejero Jurídico del Ejecutivo Federal, en términos del artículo 63 fracción IV, de la Ley de Amparo, a quien atribuyó la emisión del Decreto impugnado, dado que la determinación no fue combatida por la parte quejosa;
- Luego, reparó el vicio de que adolece la sentencia recurrida, porque el Secretario de Salud aceptó la existencia del acto consistente en la emisión del Decreto reclamado;
- Sin embargo, en el considerando décimo, determinó ajustado a derecho el sobreseimiento decretado por el juez federal en

AMPARO REVISIÓN 272/2024

términos del artículo 61, fracción XXIII, en relación con el diverso 108, fracciones III y VIII, de la Ley de Amparo, porque la quejosa no hizo valer conceptos de violación encaminados a controvertir el refrendo del decreto por vicios propios, pues sus motivos de inconformidad se encuentran encaminados a controvertir la constitucionalidad y legalidad de los artículos 22 Bis y 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad;

- Luego, precisó que los conceptos de violación se encuentran encaminados a controvertir únicamente la constitucionalidad y legalidad de los artículos 22 Bis y 24 Bis, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad;
- Después declaró fundados los agravios relativos a la causa de improcedencia al determinar que los artículos impugnados prevén que será objeto de permiso por parte de la Secretaría, otorgado a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, la publicidad que se realice en televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, sobre la existencia, calidad y características de los alimentos y bebidas no alcohólicas, así como para promover su uso, venta o consumo en forma directa o indirecta, cuando la etiqueta de dichos productos incluya el sistema de etiquetado frontal, conforme a la norma correspondiente.
- En cuanto a la publicidad de los alimentos y las bebidas no alcohólicas preenvasados que en su etiqueta incluyan uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, en conformidad con la normatividad correspondiente, no deberá incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidas a niñas

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

y/o niños que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de dichos productos.

- En ese contexto, indicó que de las pruebas exhibidas por la quejosa se aprecia que claramente que como parte de la publicidad utilizada en los productos “Santa Clara” lleva impresa una animación, con su respectivo etiquetado frontal, el segundo “Powerade”, dos etiquetas frontales, lo que resulta suficiente para evidenciar que la quejosa se ubica en los supuestos normativos reclamados, puesto comercializa productos que incluyen en su empaque uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, debido a su contenido excesivo de energía y de nutrimentos críticos, de manera que, es sujeta a las prohibiciones reclamadas.
- Consecuentemente, al haberse demostrado que la quejosa se ubica en el supuesto prohibitivo de la norma reclamada, revocó el sobreseimiento decretado, respecto del “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad”, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el ocho de septiembre de dos mil veintidós, en específico los artículos 22 Bis y 24 Bis, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.
- En el considerando décimo primero, desestimó las diversas causales de improcedencia previstas en el artículo 61, fracción XVI, en relación con el 63, fracción V de la Ley de Amparo, relativa a los actos consumados; la diversa contenida en el artículo 61, fracción XXIII, en relación con el artículo 108, fracciones VI y VIII, aplicado a contrario sensu, ambos del mismo ordenamiento legal; la contemplada en los artículos 73 del mismo ordenamiento y 107, fracción II, de la Constitución Federal, que disponen que las

AMPARO REVISIÓN 272/2024

sentencias que se pronuncien en los juicios de amparo sólo se ocuparán de los individuos que lo hubiesen solicitado; la diversa prevista en la fracción XIII, del artículo 61 de la Ley de Amparo; la contenida en el artículo 61, fracción XXIII, en relación con el artículo 108, fracciones VI y VIII, aplicado a contrario sensu, ambos del mismo ordenamiento legal, toda vez que omite formular argumentos en contra de la expedición y promulgación del citado Decreto, algún vicio de inconstitucionalidad; y, la diversa improcedencia prevista por el artículo 61, fracción XIII y XIV, de dicho ordenamiento legal, pues la parte quejosa ha consentido tácitamente el artículo 212 de la Ley General de Salud; y,

- En el siguiente considerando, en términos de los artículos 107, fracción VIII, inciso a), de la Constitución Federal, 83 de la Ley de Amparo y 10, fracción III, y 21, fracción III, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, en relación con el punto segundo, fracción III, del Acuerdo General 5/2013, emitido por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, **determinó remitir los autos a esta Suprema Corte de Justicia de la Nación**, al subsistir el problema de constitucionalidad del sistema normativo reclamado.

9. **Trámite ante la Suprema Corte.** Por acuerdo de once de abril de dos mil veinticuatro, la Ministra Presidenta de este Alto Tribunal formó y registró el expediente con el número 272/2024, asumió la competencia originaria y lo turnó a la Ministra Yasmín Esquivel Mossa para el estudio correspondiente.
10. **Avocamiento.** Por acuerdo de ***, el Ministro Presidente de la Segunda Sala determinó que dicha Sala se avocó al conocimiento del asunto y ordenó remitir los autos a la ponencia de la Ministra en comento.

I. COMPETENCIA

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

11. Esta Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación es competente para conocer y resolver el presente amparo en revisión en términos de lo dispuesto en los artículos 107, fracción VIII, inciso a), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos¹; 83 de la Ley de Amparo²; 21, fracción III, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación³; así como de conformidad a lo previsto en los puntos tercero y quinto del Acuerdo General 1/2023, publicado en el Diario Oficial de la Federación el tres de febrero de dos mil veintitrés y modificado el catorce de abril de este mismo año⁴, por tratarse de un asunto de naturaleza

¹ Artículo. 107.- Las controversias de que habla el artículo 103 de esta Constitución, con excepción de aquellas en materia electoral, se sujetarán a los procedimientos que determine la ley reglamentaria, de acuerdo con las bases siguientes:

[...]

VIII.- Contra las sentencias que pronuncien en amparo las Juezas y los Jueces de Distrito o los Tribunales Colegiados de Apelación procede revisión. De ella conocerá la Suprema Corte de Justicia:

a) Cuando habiéndose impugnado en la demanda de amparo normas generales por estimarlas directamente violatorias de esta Constitución, subsista en el recurso el problema de constitucionalidad.

² Artículo 83. Es competente la Suprema Corte de Justicia de la Nación para conocer del recurso de revisión contra las sentencias dictadas en la audiencia constitucional, cuando habiéndose impugnado normas generales por estimarlas inconstitucionales, o cuando en la sentencia se establezca la interpretación directa de un precepto de la Constitución y subsista en el recurso el problema de constitucionalidad.

El pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, mediante acuerdos generales, distribuirá entre las salas los asuntos de su competencia o remitirá a los tribunales colegiados de circuito los que, conforme a los referidos acuerdos, la propia Corte determine.

³ Artículo 21. Corresponde conocer a las Salas:

[...]

III. Del recurso de revisión contra sentencias pronunciadas en la audiencia constitucional por los juzgados de distrito o los tribunales colegiados de apelación, cuando habiéndose impugnado en la demanda de amparo normas generales por estimarlas directamente violatorias de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, subsista en el recurso el problema de constitucionalidad;

⁴ SEGUNDO. El Tribunal Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación conservará para su resolución:

III. Los amparos en revisión:

A) Tramitados en la vía indirecta, en los que, subsistiendo la materia de constitucionalidad de leyes federales o tratados internacionales, no exista precedente y, a su juicio, se requiera fijar un criterio de importancia y trascendencia para el orden jurídico nacional;

B) Substanciados en la vía directa, en los que, además de los anteriores requisitos, revistan de interés excepcional en materia constitucional o derechos humanos, o

C) Cuando encontrándose radicados en una Sala así lo acuerde ésta y el Pleno lo estime justificado;

AMPARO REVISIÓN 272/2024

administrativa, competencia de esta Segunda Sala, cuya resolución no amerita la intervención del Tribunal Pleno.

12. Asimismo, cabe destacar que, si bien el Pleno de este Máximo Tribunal resolvió los diversos amparos en revisión **227/2022**, **358/2022** y **465/2022**, en los que se analizó la constitucionalidad de los artículos 212, 225 de la Ley General de Salud, así como 1, 4.5.3.4 al 4.5.3.4.7 y 7.1.3 de la Modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones Generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Preenvasados-Información Comercial y Sanitaria, publicada el veintisiete de marzo de dos mil veinte en el Diario Oficial de la Federación, lo cierto es que no se realizó pronunciamiento alguno **sobre el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad** que se reclama en el presente juicio y, si bien, el citado reglamento establece cuestiones sobre el sistema de etiquetado frontal de alimentos que son acordes con lo ya analizado en los amparos en comento; también lo es, que **el relativo a la limitación de utilizar personajes infantiles**, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual–espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños, que se prevén tanto en la NOM reclamada como en el artículo 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad que se reclama en el presente, **no ha sido motivo de análisis por este Alto Tribunal**; consecuentemente, es indispensable reasumir competencia originaria respecto de las referidas disposiciones de carácter general, a fin de resolver de manera conjunta el tema de constitucionalidad que fue planteado por la quejosa respecto a los artículos 22 Bis y 24 Bis del citado reglamento.

TERCERO. Las Salas resolverán los asuntos de su competencia originaria y los de la competencia del Pleno que no se ubiquen en los supuestos señalados en el Punto precedente, siempre y cuando unos y otros no deban ser remitidos a los Plenos Regionales o a los Tribunales Colegiados de Circuito.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

13. Estas consideraciones [no] son [obligatorias/vinculantes] al haberse aprobado por [incluir resultado de la votación.]

II. OPORTUNIDAD.

14. Tal tópico fue materia de estudio por el Tribunal Colegiado de Circuito, por ende, no se realiza mayor pronunciamiento al respecto.

III. LEGITIMACIÓN.

15. El tema fue materia de análisis por el órgano colegiado en cita, por tanto, no se realiza mayor pronunciamiento.

IV. CAUSAS DE IMPROCEDENCIA.

16. Los agravios relativos a las causales de improcedencia fueron analizados por el Tribunal Colegiado de Circuito, por ende, al ser, por regla general, órgano terminal en esas cuestiones, no se realiza pronunciamiento al respecto.

V. ESTUDIO DE FONDO.

17. Dado que el Juez de Distrito no abordó el estudio de los conceptos de violación al haber decretado el sobreseimiento del juicio y el Tribunal Colegiado de Circuito que previno remitió los autos a esta Suprema Corte de Justicia de la Nación para resolver el tema de constitucional, lo procedente es analizar los conceptos de violación formulados en la demanda de conformidad con el artículo 83, fracciones I y V, de la Ley de Amparo.

V. 1. Vulneración en materia de comercio y libre competencia.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

18. En el **primer concepto de violación** aduce que la reforma al Reglamento de la ley General de Salud en Materia de Publicidad, vulnera los derechos de libertad de comercio y libre concurrencia al mercado de la quejosa, previstos en el artículo 5° y 28 de la Constitución Federal, al prever la prohibición de personajes en la publicidad. Lo anterior, porque la publicidad de los bienes y servicios se entiende como una restricción a la libertad de comercio, puesto que es precisamente mediante la publicidad que se realizan acciones tendientes a ofrecer bienes y servicios a los consumidores.

19. Sobre esto, refiere que los artículos 22 Bis y 24 Bis del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, no cumplen con las cuatro gradas del test de proporcionalidad por lo siguiente:
 - a). Primera etapa. La norma reclamada no tiene justificación alguna, toda vez que, en el proceso normativo, las autoridades únicamente justificaron la necesidad de un etiquetado frontal de advertencia, pero en ningún momento señalan cual es el objeto, causa o motivo de reglamentar la publicidad de las empresas;
 - b). Segunda etapa. No resulta claro cómo es que la autoridad pretende que limitando la publicidad de los productos de las empresas se consigue lograr estándares de alimentación saludable, cuando el problema de la alimentación en el país es el acceso a ellos, incluso se pasa por alto que los productos que tienen el sistema de etiquetado frontal son de la canasta básica urbana y rural, que contiene la ingesta calórica recomendada para el promedio de la población, con lo que no resulta claro cuál es la finalidad de la limitación de su publicidad;
 - c). Tercera etapa. La autoridad no tomó en cuenta ninguna otra regulación que pudiera solucionar el problema de alimentación, toda vez que el proceso normativo no tienen ninguna justificación respecto de la limitación de publicidad, sino que únicamente

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

señalan las justificaciones para determinar la modificación del etiquetado. Así, la autoridad toma la decisión de limitar el acceso a los alimentos y bebidas preenvasados, sin ni siquiera considerar que son parte de la canasta básica rural y urbana, limitando con ello el acceso a la alimentación básica de la población.

d). Cuarta etapa. Indica que el fin perseguido es a todas luces conseguir que los mexicanos puedan tener una alimentación más sana y balanceada, mientras que la medida en cuestión es restringir la publicidad directa e indirecta de los productos que tengan un sello de advertencia o elemento del etiquetado frontal de advertencia. Por ello, afirma que, si el fin que se persigue con la legislación reclamada es mejorar las condiciones de dieta del mexicano, la autoridad se encuentra reglamentando parcialmente el problema, puesto que no resulta claro cómo evitar la publicidad directa e indirecta combate los problemas de alimentación en México. Asegura que, de acuerdo con el CONEVAL, el problema de la alimentación es la disponibilidad de los alimentos, la accesibilidad, la inseguridad alimentaria, la subalimentación y la desnutrición.

20. Asimismo, en el **noveno concepto de violación** refieren que las normas reclamadas vulneran el derecho a la imagen relacionado con el derecho a la libertad de comercio. Lo anterior, porque de acuerdo con las normas reclamadas la publicidad indirecta no podrá contener incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual-espaciales o descargas digitales, puesto que para ello es que se instauró el permiso de la autoridad administrativa, para revisar que dicha publicidad cumpla con lo dispuesto por el artículo 24 Bis.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

21. En el **décimo primer concepto de violación**, indica que se vulneran los derechos adquiridos y la confianza legítima. Para ello, indica que una de las herramientas de publicidad es crear una asociación entre una imagen y los consumidores, que puede ser complementada por colores, olores, diseños, disposición de elementos o cualquier otro componente que refuerce la relación entre los consumidores con el producto. Por lo que se puede concluir que al eliminar la inclusión de elementos operativos que cuentan con un elevado grado de implantación en el mercado, se elimina la relación existente entre dichos productos y los consumidores, lo que trasciende de forma negativa al desarrollo de la actividad comercial.
22. En tal contexto, destaca que, en materia de propiedad intelectual, el registro de una marca otorga el derecho a un particular de identificar sus productos con la denominación y diseño que se hayan registrado por el particular, en términos del artículo 87 y 88 de la Ley de Propiedad Industrial, por lo que con la limitación de la norma reclamada, se vulneran sus derechos adquiridos.
23. Concluye que, con la modificación del reglamento reclamado se viola el derecho humano a la seguridad jurídica, puesto que se modifican sus derechos, al restringir por completo el uso de sus marcas en los productos que ésta comercializa si es que contienen algunos de los sellos de advertencia (exceso de calorías, exceso de azúcar, exceso de sodio, exceso de grasas trans, exceso de grasas trans, contiene edulcorantes evite en niños, contiene cafeína) no podrá utilizar sus marcas registradas para identificar su producto.
24. En ese contexto, argumenta que existe la prohibición de realizar publicidad indirecta, esto es, publicitar marcas y diseños asociados a una empresa o producción, que tengan relación con productos que tengan alguno de los elementos del etiquetado frontal de advertencia,

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

lo que afecta a los demás productos de las empresas, ya sea porque no les aplica el etiquetado frontal de advertencia o porque no tienen ninguno de los elementos del sistema de etiquetado.

25. Tales conceptos de violación se analizan de forma conjunta dada su estrecha vinculación, los cuales se consideran **infundados**
26. Para dar contestación a lo anterior, es importante indicar que el Pleno de este Máximo Tribunal, al resolver el amparo en revisión 227/2022⁵, de los párrafos 71 a 80, determinó que el test de proporcionalidad ordinario es el indicado para analizar el sistema de etiquetado frontal, con relación al derecho de libertad de comercio, de la forma siguiente:

“A fin de evidenciar lo anterior, en primer lugar, resulta importante precisar que el principio de proporcionalidad, como instrumento metodológico, es un procedimiento interpretativo para resolver conflictos entre los contenidos esenciales de las disposiciones normativas fundamentales, que encuentra asidero constitucional en los diversos principios de igualdad e interdicción de la arbitrariedad, previstos en los artículos 1, 14 y 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y que requiere el análisis de diversos elementos, según el nivel de escrutinio.

Sobre el particular, este Alto Tribunal ha reconocido dos niveles de escrutinio para evaluar una medida legislativa. Uno de carácter laxo u ordinario y otro de carácter intenso o estricto.

El primero debe realizarlo el Juez constitucional en los asuntos que no incidan directamente sobre los derechos humanos y

⁵ Resuelto en sesión de ocho de abril de 2024. Se aprobó por unanimidad de once votos de las señoras Ministras y de los señores Ministros Gutiérrez Ortiz Mena, González Alcántara Carrancá apartándose de los párrafos 95 y del 162 a 164, Esquivel Mossa, Ortiz Ahlf, Aguilar Morales, Pardo Rebolledo, Batres Guadarrama, Ríos Farjat apartándose de algunas consideraciones y por razones adicionales, Laynez Potisek, Pérez Dayán y Presidenta Piña Hernández apartándose de las consideraciones, respecto del apartado IV, relativo al estudio, en su tema I, inciso b), denominado “Test de proporcionalidad”, consistente en declarar infundado este concepto de violación. Las señoras Ministras y los señores Ministros Gutiérrez Ortiz Mena, Esquivel Mossa, González Alcántara Carrancá, Laynez Potisek y Presidenta Piña Hernández anunciaron sendos votos concurrentes. El señor Ministro Aguilar Morales y la señora Ministra Ríos Farjat reservaron su derecho de formular sendos votos concurrentes.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

exista un amplio margen de acción y apreciación para la autoridad desde el punto de vista normativo, como ocurre en la materia económica o financiera. En cambio, el segundo se actualiza cuando lo que se tenga que resolver involucre alguna de las categorías detalladas en el artículo 1° constitucional.

En tratándose de la materia tributaria se ha dicho que la intensidad del escrutinio constitucional, a la luz de los principios democrático y de división de poderes, no debe ser de carácter estricto, sino flexible o laxo, en razón de que el legislador cuenta con libertad configurativa del sistema tributario sustantivo y adjetivo, de modo que para no vulnerar su libertad política, en campos como el mencionado, las posibilidades de injerencia del Juez constitucional son menores y, por ende, la intensidad de su control se limita a verificar que la intervención legislativa cumpla con los siguientes criterios:

- *Perseguir una finalidad objetiva y constitucionalmente válida;*
- *Ser adecuada o racional, de manera que constituya no solo un simple medio, sino un medio apto y útil para conducir al fin u objetivo perseguido, existiendo una relación de instrumentalidad medio-fin; y*
- *Ser proporcional en sentido estricto. La medida restrictiva debe respetar una correspondencia entre la importancia del fin buscado por la restricción y los efectos perjudiciales que produce en otros derechos e intereses constitucionales.*

En el entendido de que el cumplimiento de dichos criterios requiere de un mínimo y no de un máximo de justificación. Es decir, basta que la intervención legislativa persiga una finalidad objetiva y constitucionalmente válida; la elección del medio para cumplir tal finalidad no conlleva a exigirle al legislador que dentro de los medios disponibles justifique cuál de todos ellos cumple en todos los grados (cuantitativo, cualitativo y de probabilidad) o niveles de intensidad (eficacia, rapidez, plenitud y seguridad), sino únicamente determinar si el medio elegido es idóneo, exigiéndose un mínimo y no un máximo de idoneidad y, finalmente, debe existir una correspondencia proporcional mínima entre el medio elegido y el fin buscado que justifique la intervención legislativa diferenciada entre los sujetos comparables.

Ahora, para el caso que nos ocupa, a juicio de este Tribunal Pleno la validez de la medida legislativa impugnada debe ser analizada a partir de un escrutinio ordinario.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

Esto es así, en primer lugar, porque el diseño legislativo de las porciones normativas impugnadas no hace distinción alguna en perjuicio de una categoría sospechosa.

En segundo lugar, porque el sistema de etiquetado frontal de advertencia previsto en los numerales impugnados —visto desde el punto de vista de quien comparece al juicio a demandar la protección de la justicia federal—, simplemente se limita a imponer ciertas cargas administrativas a los productores y comercializadoras de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas, a fin de garantizar el derecho de protección a la salud del público consumidor.

Lo que significa que la regulación del legislador no incide directamente en algún derecho fundamental del que sea titular la parte quejosa, que amerite una motivación reforzada, como en el caso del derecho a la protección a la salud.

Precisado lo anterior, se procede al análisis de la validez constitucional de la medida legislativa impugnada, a partir de un escrutinio ordinario.”

27. Con base en ello, se procede al análisis de dichos conceptos de violación bajo un test de proporcionalidad ordinario.
28. Ahora bien, aunque en el precedente citado se realizó el test de proporcionalidad en cuatro gradas, lo cierto es que, en el escrutinio laxo u ordinario, el juez sólo debe constatar que la medida persiga una finalidad legítima, que sea razonablemente eficaz y que sea proporcional en sentido estricto. Este test es menos exigente que el escrutinio estricto y que el de proporcionalidad, ya que se encuentra diseñado para aquellos ámbitos en los cuales los jueces constitucionales deben ser cuidadosos para no interferir en la libertad política de los representantes populares.
29. Así, surge una doble diferencia entre el escrutinio estricto y el ordinario. Mientras que el estricto exige una finalidad constitucional imperativa, cuya consecución se debe hacer a través de los medios menos

AMPARO REVISIÓN 272/2024

gravosos posibles, en el escrutinio laxo sólo se exige legitimidad de la finalidad y una relación racional entre ésta y la medida, lo que implica que en aquella se exige máxima racionalidad al legislador en el cumplimiento de un mandato constitucional, mientras en ésta se les exige mínima racionalidad y actuar dentro de los márgenes de permisión constitucional.

30. Así, en cuanto a la primera etapa consistente en perseguir una finalidad objetiva y constitucionalmente válida, es importante precisar que la reforma al reglamento reclamado, deriva de la reforma de la Ley General de Salud, publicada en el Diario Oficial de la Federación el ocho de noviembre de dos mil diecinueve, que obedecieron a las cifras alarmantes de obesidad en la población mexicana, particularmente, en tratándose de menores de edad; a las declaraciones de emergencia epidemiológica emitidas por la Secretaría de Salud, una por obesidad y la otra por diabetes; porque la obesidad se convirtió en el principal factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades no transmisibles (ECNT) o crónico degenerativas; entre otras.
31. Una de las principales razones fue que en el caso específico de México y acorde con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), nos encontramos en el primer lugar a nivel mundial en obesidad infantil. Es decir, el 34% de la niñez en el país o lo que es, 3 de cada 10 niños y niñas entre 5 y 11 años, así como el 35% de los adolescentes entre 12 y 19 años padecen sobrepeso u obesidad. Lo cual fue motivo de preocupación para la Comisión dictaminadora de la Cámara de Diputados, en virtud de que esta enfermedad comienza a deteriorar la salud desde la infancia, pues existen estimaciones que indican que de seguir esta tendencia, uno de cada dos niños desarrollará diabetes a los largo de su vida.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

32. Ahora bien, los artículos 22 Bis y 24 Bis, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, establecen

ARTÍCULO 22 Bis. Será objeto de permiso por parte de la Secretaría, otorgado a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, la publicidad que se realice en televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, sobre la existencia, calidad y características de los alimentos y bebidas no alcohólicas, así como para promover su uso, venta o consumo en forma directa o indirecta, cuando la etiqueta de dichos productos incluya el sistema de etiquetado frontal, conforme a la norma correspondiente.

Para efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, mediante Lineamientos que se publiquen en el Diario Oficial de la Federación, establecerá los requisitos y procedimientos de publicidad que deberán cumplir los alimentos y bebidas no alcohólicas para publicitarse en televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, así como las condiciones para otorgar el permiso previsto en el párrafo anterior, los cuales deberán apegarse al principio del interés superior de la niñez, contemplado en el artículo 4o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, incluyendo la de los productos que se ajusten a los lineamientos referidos en el párrafo anterior, deberá cumplir con lo establecido en el artículo 22 del presente Reglamento.

Para efectos de lo anterior la Secretaría tendrá hasta veinte días hábiles para resolver la solicitud.

ARTÍCULO 24 Bis. La publicidad de los alimentos y las bebidas no alcohólicas preenvasados que en su etiqueta incluyan uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, de conformidad con la normatividad correspondiente, no deberá incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual-espaciales o descargas digitales, dirigidas a niñas y/o niños que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de dichos productos.

33. Como se advierte de los preceptos impugnados, cuando los alimentos y las bebidas no alcohólicas preenvasados, incluyan en su etiqueta uno

AMPARO REVISIÓN 272/2024

o más elementos del sistema de etiquetado frontal, de conformidad con la normatividad correspondiente, en su publicidad no deberá incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual-espaciales o descargas digitales, dirigidas a niñas y/o niños que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de dichos productos. Y además, cuando la publicidad directa o indirecta se realice en televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, sobre la existencia, calidad y características de los alimentos y bebidas no alcohólicas, así como para promover su uso, venta o consumo, será necesario obtener un permiso por parte de la Secretaría, a través de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

34. Así, aunque la reforma al citado reglamento no establece una justificación sobre la publicidad de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados, la finalidad es **proteger el interés superior de los menores a través del derecho a la salud y a la alimentación nutritiva, en términos del artículo 4** de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, porque la norma busca disminuir el consumo de alimentos preenvasados que contenga alguno de los sellos del sistema de etiquetado frontal, es decir, de ingredientes críticos como son: calorías, azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio, edulcorantes y cafeína; ello, a través de limitar el uso de personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección, en las etiquetadas de los productos, así como en la publicidad de los mismos que se realice a través de televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

35. Por otra parte, la medida cumple con la segunda etapa del test de proporcionalidad ordinario, pues es *un medio apto y útil para conducir al fin u objetivo perseguido, existiendo una relación de instrumentalidad medio-fin.*
36. Para ello, es necesario indicar que del estudio titulado “*LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y EL CONSUMO DE PUBLICIDAD TELEVISIVA JUNIO DE 2021*”⁶, elaborado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones que se llevó a cabo durante el último trimestre de 2020, mismo que se integró con la participación de audiencias con diferentes características sociodemográficas que ofrecieron una visión integral del fenómeno, a partir de los distintos contextos que lo conforman, se advierten las conclusiones siguientes:

“A lo largo de esta investigación en la cual se tuvo un acercamiento cualitativo con diversos perfiles de niños, niñas y adolescentes, padres y madres y, expertos profesionales en desarrollo infantil y generación de contenidos; se evidencia que la publicidad ha evolucionado de manera importante; ahora no solo es masiva y explícita, a través de los anuncios televisivos, sino que también ha penetrado en otros medios como el internet, donde aparece de manera personalizada y menos directa, a través de contenido de youtuberos, tutoriales o comerciales referentes a las preferencias que niñas, niños y adolescentes muestran en sus búsquedas.

En este sentido, fue posible identificar que la relación de las niñas y niños participantes con la actividad publicitaria en medios de comunicación depende en gran medida del medio y contenido que estén consumiendo. Específicamente la publicidad en televisión, en donde perciben que los mensajes son dirigidos más para adultos, la tendencia general es a ignorarlos, cambiar de canal o aprovechar el momento para realizar otras actividades; es así como, a pesar de estar en constante contacto con ellos en su cotidianidad, han encontrado herramientas para evadirlos.

*Sin embargo, **existen categorías que les resultan atractivas y cercanas, juguetes, golosinas, comida rápida, etcétera, logrando captar su atención y despertando el deseo por adquirir el producto anunciado. Se identifica también que***

⁶ <https://www.ift.org.mx/node/25056>

algunas marcas han optado por la inclusión de personajes de internet -youtuberos- los cuales son reconocidos e incluso, admirados por los infantes. En estos casos, es evidente que despiertan el interés e impactan de manera importante en la recordación y deseo de las audiencias infantiles.

La mayoría de los padres y madres entrevistados considera que, específicamente en televisión, la mayoría de los comerciales que ven no se dirigen al público infantil. Ante esto, afirman que, a pesar de que sus hijos e hijas están expuestos a ellos, no son nocivos. En algunos casos, y tras un ejercicio reflexivo, identifican ciertos mensajes que pueden llegar a ser inapropiados para niñas, niños y adolescentes. Además de considerar que pueden repercutir de manera negativa en el comportamiento de sus hijos e hijas o en la percepción de su entorno y realidad, en ocasiones, generan dudas en los infantes, ante las cuales la mayoría admite no contar con las herramientas adecuadas para orientarlos sobre estos temas.

No obstante, es una realidad que la televisión ya no es el medio preferido del público infantil. Su exposición es más familiar, en momentos específicos y en general, el consumo que hacen de está es más indirecto -porque la madre la deja prendida- y la mayor parte del tiempo muestran un comportamiento multipantalla; es decir, convive con otros medios y plataformas que resultan más atractivas para niños y niñas.

Ante esto, la publicidad ha encontrado maneras de estar presente en las nuevas plataformas y se considera ineludible en la vida de niños, niñas y adolescentes porque ellos eligen el contenido y se atienen a las reglas del canal o plataforma y aunque han aprendido a omitir los comerciales, es una realidad que también forman parte de lo que desean.

Tanto la publicidad como las marcas que aparecen dentro de los contenidos que consumen influyen en las actitudes, comportamientos y deseos de los infantes. Fenómenos como el anime, los superhéroes, las princesas y los videojuegos, son un ejemplo de publicidad y marcas exitosas que definen los códigos de valores, actitud, estilo de vida y anhelos de sus compradores, a través de licencias. Asimismo, **despiertan el deseo por querer viajar, tener juguetes, ropa, comida,** etcétera, pero también es la manera en que se enteran de lo que está de moda.

Esto confirma lo señalado por la profesora de ESCO (University of Wales), Stella Martínez, acerca de que **los infantes constituyen un capital como futuros consumidores, y por ello pueden ser el foco principal de la publicidad ya que llegan a influir de manera importante en la decisión de compra de padres y madres.**

Las fronteras entre lo que los infantes perciben como publicidad y lo que son contenidos audiovisuales empiezan a 'diluirse'. La

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

evolución de medios y plataformas ha generado otro tipo de publicidad que no es percibida ni se diferencia entre contenido y publicidad; por ejemplo, patrocinios, licencias, inserciones pagadas, product placement y la presencia de marcas dentro de algunos videojuegos.

De esta forma, las audiencias infantiles llegan a apropiarse de estos mensajes, al querer ser partícipes de la realidad que les muestran y que les brinda el sentido de pertenencia que buscan. Esto coincide con lo señalado por Martínez, quien sobre la forma en la que la publicidad se ha vuelto un compañero invisible en la vida de los niños y niñas, generando **idealizaciones de marcas que establecen un estilo de vida y una cotidianidad consumista que los acompañará en su proceso de desarrollo hasta la adultez.**

La publicidad, sobre todo la televisiva, sigue perpetuando estereotipos de género, aunque parece que ya está encaminada a presentar nuevos estilos de vida que conecten con los consumidores de productos o servicios lo que ayudará a una generación más abierta a la diversidad e individualidad. Sin embargo, en general continúa replicando mensajes, códigos e imágenes que conforman el status quo, pero al mismo tiempo se percibe un esfuerzo por romper paradigmas en cuanto a los roles de género.

Desde la visión de los expertos, la falta de control parental es más nociva que el contenido per se, ya que se deja tanto en los niños y niñas, como en los creadores, la responsabilidad de lo que se transmite, se comunica, se entiende, se aprende.

Sin embargo, en la actualidad, padres y madres se muestran poco involucrados en la supervisión de la relación que tienen sus hijos e hijas con los contenidos a los que están expuestos. Para los especialistas la llegada de la tecnología a la vida de niños, niñas y adolescentes de manera temprana tiene aspectos positivos como el desarrollo de nuevas habilidades de comunicación verbal y no verbal, pero también tiene muchos aspectos negativos que se derivan de la falta de atención de los padres y las madres hacia lo que los infantes están viendo.

A lo largo de la exploración se confirma la percepción que tienen tanto los especialistas en desarrollo como los expertos en generación de contenido acerca del poco involucramiento que padres y madres tienen con los infantes, ya que en general no cuentan con información suficiente para describir de manera puntual la forma en que sus hijos e hijas se encuentran expuestos a mensajes publicitarios en los distintos medios que consumen y su nivel de recordación sobre el tema es bajo y generalizado; **la mayoría menciona marcas de consumo cotidiano y algunos**

AMPARO REVISIÓN 272/2024

anuncios que son imitados o repetidos -sobre todo por los más pequeños-, además de las categorías de juguetes, botanas y golosinas, que son altamente demandadas por niñas y niños.

También influye que, a pesar de que en el deber ser, la mayoría declara estar pendiente y supervisar de manera constante los contenidos a los que sus hijos e hijas tienen acceso en plataformas digitales y redes sociales, en la realidad existe poco control sobre el consumo que los infantes tienen en estos medios alternos, el cual es más individualizado y personalizado, lo cual conlleva a que exista un desconocimiento general sobre estos mensajes publicitarios y el comportamiento que sus hijos e hijas tienen ante estos.

*Por otro lado, **a partir de esta investigación se confirma que los contenidos audiovisuales, tienen una fuerte influencia en público infantil y se incorporan en sus vidas de acuerdo con su etapa de crecimiento.** Cuando son pequeños, juegan a personificar a quienes admiran -personajes de películas y caricaturas-, quienes transmiten valores y características de personalidad que ellos desean: nobleza, fuerza, valentía, etcétera. **Conforme crecen, comienzan a distinguir con claridad la fantasía de la realidad y en la etapa preadolescente van conformando su personalidad; por ello es común que apropien de modelos de comportamiento de los personajes de su preferencia para integrarlos en la conformación de su personalidad:** lenguaje, vestimenta, actitud, acciones, etcétera*

Es claro que en la actualidad hay una gran variedad de opciones de contenido para cada etapa de vida y son propuestas que van acorde con las expectativas y nivel de desarrollo de cada segmento.

No obstante, los especialistas entrevistados afirman que las etapas de desarrollo de los niños, niñas y adolescentes se mantienen a lo largo de los años, aunque admiten que han cambiado las edades en las que estas se presentan; uno de los factores que han propiciado este cambio es el acceso a dispositivos, medios y contenidos a los que los infantes se exponen constantemente desde pequeños.

En este sentido, se reconoce que el dispositivo favorito de niños y niñas para consumir contenidos audiovisuales es el celular, porque les permite tener el control de lo que consumen y la privacidad para disfrutarlo individualmente; los más pequeños usan más las tabletas, las cuales cubren estas necesidades.

...

Es importante tener en cuenta que es una realidad que los contenidos han evolucionado, por lo que dentro de la gran variedad de opciones con las que cuentan, destaca el desarrollado, por la misma audiencia. Esto ha abierto nuevas categorías como los tutoriales, programas de youtuberos, videos con comentarios u

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

opiniones de temas varios, videos divertidos o musicales, por las cuales los infantes se muestran cada vez más atraídos.

Algunos influenciadores de redes sociales -YouTube, sobre todo- se han convertido en sus referentes principales. Las comunidades y tendencias de internet son cada vez más relevantes; TikTok es una red social a la cual no todos los niños tienen acceso, pero que les resulta muy atractiva porque les ofrece contenido diferente de manera rápida y constante, atrapando su atención y motivándolos a formar parte del mismo contenido, a través de distintos retos.

Lo anterior evidencia que las nuevas generaciones tienen una marcada preferencia por consumir contenido diversificado y que muestre personas reales, ya que los estimula de manera positiva y les hace sentir que ellos también pueden crear, opinar, proponer, producir y poner a prueba sus propias ideas. Incluso, algunos padres y madres admiten que plataformas como YouTube o TikTok llegan a incentivar la imaginación y creatividad de los niños y adolescentes, lo cual los motiva para aprender y explorar cosas nuevas. Es así que las audiencias de hoy día son más activas que las de épocas previas.

De acuerdo con los expertos, los contenidos para niños, niñas y adolescentes tienen un reto presupuestal que los obliga a buscar patrocinio y que puede impactar directamente en las historias que se crearán; sin embargo, los creadores son conscientes de su responsabilidad y buscan ofrecer contenidos adecuados, saludables y acordes con el segmento de edad al que van dirigidos.

37. Del estudio anterior, podemos obtener lo siguiente:

- La relación de las niñas y niños participantes con la actividad publicitaria en medios de comunicación depende en gran medida del medio y contenido que estén consumiendo.
- Las categorías que resultan atractivas y cercanas a las niñas y niños son: juguetes, golosinas, comida rápida, etcétera, logrando captar su atención y despertando el deseo por adquirir el producto anunciado.
- Las marcas han optado por la inclusión de personajes de internet, los cuales son reconocidos e incluso, admirados por los infantes. En estos casos, es evidente que despiertan el interés e impactan de manera importante en la recordación y deseo de las audiencias infantiles.
- Tanto la publicidad como las marcas que aparecen dentro de los contenidos que consumen influyen en las actitudes, comportamientos y deseos de los infantes. Asimismo, despiertan el deseo por querer viajar, tener juguetes, ropa, comida, etcétera.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

- Con ello, los infantes constituyen un capital como futuros consumidores, y por ello pueden ser el foco principal de la publicidad ya que llegan a influir de manera importante en la decisión de compra de padres y madres.
- Así, los contenidos audiovisuales, tienen una fuerte influencia en público infantil y se incorporan en sus vidas de acuerdo con su etapa de crecimiento.

38. Con base en ello, se puede observar la influencia que la publicidad tiene en las niñas y niños, en las actitudes, comportamientos y deseos, incluso pueden moldear la personalidad de una persona. Dentro de las categorías que resultan atractivas y cercanas a las niñas y niños se encuentra la comida, lo que capta su atención y despierta el deseo por adquirir el producto anunciado, tan es así que llegan a influir de manera importante en la decisión de compra de padres y madres. Por ello, las marcas han optado por la inclusión de personajes famosos como de internet, los cuales son reconocidos e incluso, admirados por los infantes, lo que también influye en sus hábitos al querer imitarlos
39. Con base en ello, las normas impugnadas son un medio apto para llegar al fin perseguido, puesto que con la limitante en la publicidad de los productos que contengan elementos críticos, de utilizar personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños, a través de televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, así como en las etiquetadas de los productos, se logra que los menores de edad no se vean influenciados por tales elementos en la elección de sus alimentos y con ello, evitar problemas de salud a largo plazo.
40. Además, el argumento de que no se hayan analizado otras alternativas que permitan salvaguardar en igual o mayor medida los derechos a la salud e información y, por otro lado, redunden en una injerencia menos

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

lesiva sobre los derechos de propiedad y libertad de comercio, no es posible de analizar, porque el test de proporcionalidad ordinario no prevé la grada de necesidad a que hace alusión la quejosa, solo que la medida debe ser adecuada o racional, de manera que constituya no solo un simple medio, sino un medio apto y útil para conducir al fin u objetivo perseguido, existiendo una relación de instrumentalidad medio-fin, siendo que en este escrutinio ordinario el emisor de la norma no está obligado a utilizar los mejores medios, ya que sólo se le exige una mínima de racionalidad. Por tanto, no corresponde determinar a esta Sala si la limitante prevista en el artículo reclamado es la mejor medida posible para la finalidad objetiva y constitucionalmente válida buscada.

41. De igual forma, se cumple con la tercera relativa a la correspondencia entre la importancia del fin buscado por la restricción y los efectos perjudiciales que produce en otros derechos e intereses constitucionales.
42. Para ello, resulta importante precisar que la reforma al reglamento reclamado, deriva de la reforma de la Ley General de Salud, publicada en el Diario Oficial de la Federación el ocho de noviembre de dos mil diecinueve, que obedecieron a las cifras alarmantes de obesidad en la población mexicana, particularmente, en tratándose de menores de edad; a las declaraciones de emergencia epidemiológica emitidas por la Secretaría de Salud, una por obesidad y la otra por diabetes; porque la obesidad se convirtió en el principal factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades no transmisibles (ECNT) o crónico degenerativas; entre otras.
43. Así, la finalidad del precepto impugnado es **proteger el interés superior de los menores a través del derecho a la salud y a la alimentación nutritiva, en términos del artículo 4 de la Constitución**

AMPARO REVISIÓN 272/2024

Política de los Estados Unidos Mexicanos, porque la norma busca disminuir el consumo de alimentos preenvasados que contenga alguno de los sellos del sistema de etiquetado frontal, es decir, de ingredientes críticos como son: calorías, azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio, edulcorantes y cafeína; ello, a través de limitar el uso de personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección, en las etiquetadas de los productos en la publicidad y etiqueta de los productos.

44. En ese contexto, esta Segunda Sala considera que es mayor la importancia del fin buscado que los efectos perjudiciales que produce en los derechos de la quejosa.
45. Ello es así, pues la importancia de la norma impugnada es prevenir y atenuar el fenómeno de la obesidad infantil, a través de desincentivar el consumo de productos para su salud que contengan exceso en los ingredientes críticos.
46. En efecto, de acuerdo con el artículo 4, párrafo noveno, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el **principio del interés superior de la niñez**, entre otras cuestiones, busca que *'los niños y las niñas tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, educación y sano esparcimiento para su desarrollo integral'* y que este principio *'deberá guiar el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas dirigidas a la niñez'*.
47. Así, la Segunda Sala ha sostenido que en las decisiones adoptadas por las autoridades administrativas –en esferas relativas a la educación, el

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

cuidado, la salud, el medio ambiente, las condiciones de vida, la protección, el asilo, la inmigración y el acceso a la nacionalidad, entre otras– deben evaluarse en función del interés superior del niño y han de estar guiadas por él, al igual que todas las medidas de aplicación, ya que la consideración del interés superior del niño como algo primordial requiere tomar conciencia de la importancia de sus intereses en todas las medidas y tener la voluntad de dar prioridad a esos intereses en todas las circunstancias, sobre todo cuando las medidas tengan efectos indiscutibles en los niños de que se trate⁷.

48. Este principio es mencionado en varios instrumentos internacionales, como el artículo 3.1 de la Convención sobre los Derechos del Niño, que establece que en cualquier medida que tomen las autoridades estatales debe tenerse en cuenta de forma primordial el interés superior del niño⁸.
49. De la misma forma, el Comité para los Derechos del Niño ha expresado que *“el principio del interés superior del niño se aplica a todas las medidas que afecten a los niños y exige medidas activas, tanto para proteger sus derechos y promover su supervivencia, crecimiento y bienestar como para apoyar y asistir a los padres y a otras personas que tengan la responsabilidad cotidiana de la realización de los derechos del niño”*⁹.

⁷ Jurisprudencia 2a./J. 113/2019 (10a.), de rubro: **“DERECHOS DE LAS NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES. EL INTERÉS SUPERIOR DEL MENOR SE ERIGE COMO LA CONSIDERACIÓN PRIMORDIAL QUE DEBE DE ATENDERSE EN CUALQUIER DECISIÓN QUE LES AFECTE”**. Consultable en la Gaceta del Semanario Judicial de la Federación. Libro 69, Agosto de 2019, Tomo III, Página 2328, de la Décima Época. Registro Digital 2020401.

⁸ Artículo 3.

1. En todas las medidas concernientes a los niños que tomen las instituciones públicas o privadas de bienestar social, los tribunales, las autoridades administrativas o los órganos legislativos, una consideración primordial a que se atenderá será el interés superior del niño. (...)

⁹ Observación General N° 7 (2005), párrafo 13.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

50. Precisamente uno de esos ámbitos de protección de los niños, niñas y adolescentes, es el derecho al disfrute del más alto nivel posible de salud, cuya plena efectividad exige de los Estados Partes de la citada Convención la adopción de diversas medidas, como el combate de las enfermedades y la malnutrición, y el suministro de alimentos nutritivos adecuados, así como asegurar que todos los sectores de la sociedad conozcan los principios básicos de la salud y la nutrición de los niños¹⁰.
51. Sobre el particular, la Observación General número 15 de la Organización de las Naciones Unidas, reitera la obligación de los Estados de *“garantizar el acceso a alimentos inocuos, nutricionalmente adecuados y culturalmente apropiados y luchar contra la malnutrición”*¹¹, destacando que *“[l]a nutrición adecuada y el seguimiento del crecimiento en la primera infancia revisten especial importancia”*¹².
52. Así, en relación con la obligación estatal de garantizar el suministro de alimentos nutritivos adecuados, el Comité enfatiza el deber de los Estados de hacer frente a la obesidad infantil, que se vincula con diversas enfermedades, por lo que señala que *“[d]ebe limitarse la*

¹⁰ Artículo 24.

1. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud y a servicios para el tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud. Los Estados Partes se esforzarán por asegurar que ningún niño sea privado de su derecho al disfrute de esos servicios sanitarios.

2. Los Estados Partes asegurarán la plena aplicación de este derecho y, en particular, adoptarán las medidas apropiadas para:

(...)

c) Combatir las enfermedades y la malnutrición en el marco de la atención primaria de la salud mediante, entre otras cosas, la aplicación de la tecnología disponible y el suministro de alimentos nutritivos adecuados y agua potable salubre, teniendo en cuenta los peligros y riesgos de contaminación del medio ambiente;

(...)

e) Asegurar que todos los sectores de la sociedad, y en particular los padres y los niños, conozcan los principios básicos de la salud y la nutrición de los niños, las ventajas de la lactancia materna, la higiene y el saneamiento ambiental y las medidas de prevención de accidentes, tengan acceso a la educación pertinente y reciban apoyo en la aplicación de esos conocimientos;

(...).

¹¹ Comité de los Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas, Observación General No. 15, sobre el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud (artículo 24), publicada el diecisiete de abril de dos mil trece, párrafo 43.

¹² *Ibidem*, párrafo 45.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

exposición de los niños a la ‘comida rápida’ de alto contenido en grasas, azúcar o sal, que es muy energética pero carece de suficientes micronutrientes, y a bebidas de alto contenido en cafeína u otras sustancias de posibles efectos nocivos. Debe controlarse la comercialización de estas sustancias, especialmente cuando sus destinatarios son niños, así como su disponibilidad en las escuelas y otros lugares”¹³.

53. En función de lo cual, el Comité explica que, frente a la obligación antes mencionada, los Estados son garantes de *“promover el conocimiento por los agentes no estatales de sus responsabilidades y velar por que todos ellos reconozcan, respeten y hagan efectivas sus responsabilidades ante el niño”¹⁴*, así como de *“imponer a las empresas la obligación de ejercer la diligencia debida en relación con los derechos del niño”¹⁵*; destacando que, entre otras responsabilidades, las empresas privadas deberán *“limitar la publicidad de los alimentos energéticos con bajo contenido en micronutrientes y de las bebidas con alto contenido en cafeína u otras sustancias de posibles efectos nocivos para el niño”¹⁶*.
54. Desde luego, el Comité también refiere en la aludida Observación General a la importancia de que todos los sectores de la sociedad conozcan los principios básicos de la salud y nutrición de las y los menores, respecto de lo cual, menciona que ello comprende el aporte de información para que los niños puedan adoptar decisiones fundamentadas en relación con su estilo de vida, entre ellos, los hábitos alimenticios saludables¹⁷.

¹³ *Ibíd*em, párrafo 47.

¹⁴ *Ibíd*em, párrafo 76.

¹⁵ *Ibíd*em, párrafo 80.

¹⁶ *Ibíd*em, párrafo 81.

¹⁷ *Ibíd*em, párrafos 58 y 59.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

55. Desde esta perspectiva, no cabe duda de que el principio del interés superior del niño debe informar todos los ámbitos de la actividad estatal que estén relacionados directa o indirectamente con los menores, por lo que necesariamente implica que la protección de los derechos del niño se realice a través de medidas reforzadas.
56. En ese contexto, la limitante a los derechos de propiedad y comercio que alega la quejosa, en el sentido de no puede utilizar personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, **dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección**, no son de tal entidad ni se encuentran por encima de la importancia de la realización de la finalidad de la medida analizada. Dicho, en otros términos, las ventajas que se obtienen con la intervención del Estado justifican los sacrificios o desventajas que la misma ocasiona.
57. Además, de ninguna manera significa que la porción normativa impugnadas vulnere el derecho a la libertad de trabajo o de comercio de la parte quejosa, en la medida que, no se le impide dedicarse a la actividad que desee ni tampoco se le restringe su participación en el mercado en beneficio de quien ejerce la misma actividad, pues puede seguir vendido sus productos, solo que sin colocar los elementos a que aduce la norma reclamada en la etiqueta como en la publicidad. Aunado a que en caso de reformular sus productos y, con ello, evitara la colación de los sellos y leyendas de advertencia a que hace alusión la norma, puede utilizar los elementos de los personajes en su publicidad.
58. Esto, porque con el artículo reclamado únicamente genera una afectación en la publicidad de los productos de alimentos y bebidas preenvasados de la quejosa y, en todo caso, económicas. Las cuales

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

se encuentran justificadas en un aspecto de mayor entidad como lo es la salud y alimentación de los infantes.

59. En tal contexto, la finalidad buscada con la implementación de la limitante se encuentra por encima de las posibles ventajas competitivas de los productos que contengan los personajes o elementos que busquen incentivar el consumo hacia los menores de edad.
60. Así, se insiste la medida no impide la venta, compra y consumo de los alimentos preenvasados por la población en general, pero sin la utilización de los citados elementos, de ahí que se traduce en una medida de protección a los menores de edad de dichos alimentos, quien será finalmente quien lo resienta en su salud.
61. Por otra parte, **es infundado el argumento** de que el acto reclamado no cumple con la garantía de seguridad jurídica toda vez que existen situaciones que no se encuentran reguladas de manera tal que permita conocer los límites de la aplicación de la norma, por ejemplo; no existe una forma de determinar cuando un producto está destinado a niños; se prohíben personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, mascotas, elementos interactivos siendo una disposición tan amplia que no permite conocer sus restricciones a cabalidad.
62. Lo anterior es así, porque esta Suprema Corte ha sostenido que, si bien es deseable que en las leyes no exista ambigüedad ni confusión, la inconstitucionalidad de una norma no deriva de la falta de definición de algún término o concepto indeterminado, ni de los vicios o imprecisiones en su redacción, pues las leyes no son diccionarios.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

63. En ese sentido, las expresiones en comento no generan inseguridad jurídica para la quejosa, porque sería imposible que el legislador estableciera un listado o catálogo de todos los conceptos que utiliza.
64. Sirven de apoyo, las jurisprudencias 1a./J. 1/2006¹⁸ y 1a./J. 117/2007¹⁹ de la Primera Sala de este Alto Tribunal, de los títulos, subtítulos y textos siguientes:

“LEYES. SU INCONSTITUCIONALIDAD NO DEPENDE DE QUE ESTABLEZCAN CONCEPTOS INDETERMINADOS. Los conceptos jurídicos no escapan a la indeterminación que es propia y natural del lenguaje, cuya abstracción adquiere un sentido preciso cuando se contextualizan en las circunstancias específicas de los casos concretos. En estos casos el legislador, por no ser omnisciente y desconocer de antemano todas las combinaciones y circunstancias futuras de aplicación, se ve en la necesidad de emplear conceptos jurídicos indeterminados cuyas condiciones de aplicación no pueden preverse en todo su alcance posible porque la solución de un asunto concreto depende justamente de la apreciación particular de las circunstancias que en él concurren, lo cual no significa que necesariamente la norma se torne insegura o inconstitucional, ni que la autoridad tenga la facultad de dictar arbitrariamente la resolución que corresponda pues, en todo caso, el ejercicio de la función administrativa está sometido al control de las garantías de fundamentación y motivación que presiden el desarrollo no sólo de las facultades regladas sino también de aquellas en que ha de hacerse uso del arbitrio.”

“LEYES. SU INCONSTITUCIONALIDAD NO DEPENDE DE LOS VICIOS EN LA REDACCIÓN E IMPRECISIÓN DE TÉRMINOS EN QUE EL LEGISLADOR ORDINARIO PUEDA INCURRIR. Si bien es cierto que la claridad de las leyes constituye un imperativo para evitar su ambigüedad, confusión o contradicción, también lo es que ningún artículo constitucional exige que el legislador defina los vocablos o locuciones utilizados en aquéllas, pues tal exigencia tornaría imposible su función, en vista de que implicaría una labor interminable e

¹⁸ Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época. Tomo XXIII, Febrero de 2006, página 357. Registro digital: 175902.

¹⁹ Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Novena Época. Tomo XXVI, Septiembre de 2007, página 267. Registro digital: 171433.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

impráctica, provocando que no se cumpliera oportunamente con la finalidad de regular y armonizar las relaciones humanas. Por tanto, es incorrecto pretender que una ley sea inconstitucional por no definir un vocablo o por irregularidad en su redacción, pues la contravención a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se basa en aspectos objetivos que generalmente son los principios consagrados en ella, ya sea prohibiendo una determinada acción de la autoridad contra los particulares gobernados u ordenando la forma en que deben conducirse en su función de gobierno. Además, de los artículos 14, 94, párrafo séptimo y 72, inciso f), de la Constitución Federal, se advierte el reconocimiento, por parte de nuestro sistema jurídico, de la necesidad de que existan métodos de interpretación jurídica que, con motivo de las imprecisiones y oscuridades que puedan afectar a las disposiciones legales, establezcan su sentido y alcance, pero no condiciona su validez a que sean claras en su redacción y en los términos que emplean.”

65. En este orden de ideas, no asiste razón a la quejosa, ya que la norma reclamada no es vaga ni genera inseguridad jurídica, pues de su sola lectura es dable entender la limitante es por utilizar elementos que atraigan a los menores de edad a consumir los productos cuya etiquetada contenga alguno de los elementos del sistema de etiquetado frontal.
66. En razón de lo anterior, es por lo que se considera que los conceptos de violación son infundados.

V. 2. Limitación en los productos de cafeína.

67. En el **segundo concepto de violación** argumenta que la modificación al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad transgrede la libertad de comercio y libertad de expresión al prohibir la publicidad con personajes en los casos en los que los productos tengan la leyenda de “cafeína”. Lo anterior, porque se considera desproporcionada **la limitación a la publicidad de los**

AMPARO REVISIÓN 272/2024

productos que contengan cafeína, porque no existe la prohibición a utilizar personajes en el empaque, esto es, un producto que contenga la leyenda de cafeína, podrá utilizar personajes en el empaque de su producto, pero no podrá utilizar personajes en la publicidad del mismo, situación que hace evidente la desproporción de la medida. Lo anterior, toda vez que el artículo 4.1.5 de la NOM-051 excluyó de la prohibición de contener personajes en la etiqueta a la leyenda de “cafeína” ya que hace referencia únicamente a los sellos de advertencia (azúcares, grasas saturadas, grasas trans, sodio y calorías) y la leyenda de edulcorantes, con lo que no existe prohibición para la cafeína añadida.

68. Es infundado el argumento. Para ello, es necesario establecer realizar la siguiente tabla que contiene los artículos 25 Bis 1, 24 Bis, del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, respectivamente.

ARTÍCULO 25 Bis 1. La etiqueta de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados que incluyan uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, conforme a lo que establezca la norma correspondiente, no deben contener personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visualespaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección; ni hacer referencia a elementos ajenos con el mismo fin.	ARTÍCULO 24 Bis. La publicidad de los alimentos y las bebidas no alcohólicas preenvasados que en su etiqueta incluyan uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, de conformidad con la normatividad correspondiente, no deberá incluir personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual-espaciales o descargas digitales, dirigidas a niñas y/o niños que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de dichos productos.
---	--

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

69. Como se aprecia, ambos artículos prevén la limitante de utilizar personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como juegos visual-espaciales o descargas digitales, dirigidas a niñas y/o niños que inciten, promuevan o fomenten el consumo, compra o elección de dichos productos, solo que uno lo hace en la etiqueta del producto y otro en la publicidad directa o indirecta. Pero ambos, son idénticos en especificar que ello ocurre cuando incluyan uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, conforme a lo que establezca la norma correspondiente.
70. Ahora bien, es cierto que el artículo 4.1.5 de la Modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1/2010, Especificaciones Generales de Etiquetado para Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Preenvasados–Información Comercial y Sanitaria, publicada en el Diario Oficial de la Federación el veintisiete de marzo de dos mil veinte, establece que los productos preenvasados que **ostenten uno o más sellos de advertencia o la leyenda de edulcorantes**, no deben incluir en la **etiqueta personajes infantiles**, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual – espaciales o descargas digitales, que, estando dirigidos a niños, inciten, promueven o fomenten el consumo, compra o elección de productos con exceso de nutrimentos críticos o con edulcorantes.
71. Sin embargo, tal limitante debe interpretarse como un sistema de normas en cuanto al uso de tales personajes, por ende, si la norma NOM-051-SCFI/SSA1/2010, establece que el sistema de etiquetado frontal incluye la información nutrimental complementaria y las leyendas precautorias descritas en los numerales 7.1.3 y 7.1.4 (artículo 4.5.3.4), que consistentes en los siguientes cuadros:

AMPARO REVISIÓN 272/2024



CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

CONTIENE CAFEÍNA – EVITAR EN NIÑOS

72. En tal contexto, la limitante en las etiquetas y publicidad, prevista en los artículos 25 Bis 1, 24 Bis, del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, respectivamente, procede cuando el producto preenvasado **incluya uno o más de los elementos antes mencionados, esto incluye tanto a los edulcorantes como a la cafeína.**

V. 3 Subordinación jerárquica.

73. Por otra parte, es **infundado el tercer concepto** de violación la quejosa argumenta que la modificación a la norma reclamada vulnera el principio de subordinación jerárquica, porque el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad regula una limitación a la publicidad de las empresas que no encuentra sustento en la ley que se encuentra regulando. Lo anterior porque la ley en ningún momento limita la publicidad de los productos que tengan el etiquetado frontal de advertencia, ni siquiera hace mención a alguna consecuencia respecto a los productos que tengan el etiquetado frontal de advertencia.
74. El ocho de noviembre de dos mil diecinueve, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el que se reformaron y

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

adicionaron diversas disposiciones de la Ley General de Salud, en materia de sobrepeso, obesidad y de etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas, en lo que interesa reformó los artículos 210, 212 y 215 e indicó en los transitorios lo siguiente:

“Artículo 210.-

... La Secretaría de Salud considerará los tratados y convenciones internacionales en los que el Estado Mexicano sea parte e incluyan materia de etiquetado y que se hubieren celebrado con arreglo a las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

*Artículo 212.- La naturaleza del producto, la fórmula, la composición, calidad, **denominación distintiva o marca**, denominación genérica y específica, información de las etiquetas y contra etiquetas, deberán corresponder a las especificaciones establecidas por la Secretaría de Salud, de conformidad con las disposiciones aplicables, y responderán exactamente a la naturaleza del producto que se consume, sin modificarse; para tal efecto se observará lo señalado en la fracción VI del artículo 115.*

Las etiquetas o contra etiquetas para los alimentos y bebidas no alcohólicas, deberán incluir información nutrimental de fácil comprensión, veraz, directa, sencilla y visible.

Además de lo dispuesto en el párrafo anterior, el etiquetado frontal de advertencia deberá hacerse en forma separada e independiente a la declaración de ingredientes e información nutrimental, para indicar los productos que excedan los límites máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y los demás nutrimentos críticos e ingredientes que establezcan las disposiciones normativas competentes.

La Secretaría de Salud podrá ordenar la inclusión de leyendas o pictogramas cuando lo considere necesario.

...

Artículo 215.- ...

I. a V.

...

VI. Etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas no alcohólicas: Sistema de información simplificada en el área frontal de exhibición del envase, el cual debe advertir de manera

AMPARO REVISIÓN 272/2024

veraz, clara, rápida y simple sobre el contenido que exceda los niveles máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, grasas, sodio y los nutrimentos críticos, ingredientes y las demás que determine la Secretaría.

VII. Nutrimentos críticos: Aquellos componentes de la alimentación que pueden ser un factor de riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles, serán determinados por la Secretaría de Salud.”

Transitorios

Primero. *El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.*

Segundo. *El Ejecutivo Federal realizará las adecuaciones reglamentarias correspondientes, dentro de los 180 días posteriores a la publicación del presente Decreto en el Diario Oficial de la Federación.*

75. De dichos preceptos legales, se aprecia que el legislador ordinario estableció en el artículo 212 de la Ley General de Salud, una cláusula habilitante específica a favor de la Secretaría de Salud para que emitiera las especificaciones sobre la naturaleza del producto, la fórmula, la composición, calidad, **denominación distintiva o marca**, denominación genérica y específica, **información de las etiquetas** y contra etiquetas.
76. Además, el artículo segundo transitorio faculta al Ejecutivo Federal a realizar todas las adecuaciones reglamentarias correspondientes, dentro de los ciento ochenta días posteriores a la publicación del Decreto en el Diario Oficial de la Federación.
77. La citada cláusula habilitante se ratifica con el contenido de los artículos 210 y 213 de la misma legislación que prevén que los productos que deben expendirse empacados o envasados llevarán etiquetas que deberán cumplir con las normas oficiales mexicanas o disposiciones aplicables, y en el caso de alimentos y bebidas no alcohólicas, éstas se emitirán a propuesta de la Secretaría de Salud, sin menoscabo de las atribuciones de otras dependencias competentes, considerando los

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

tratados y convenciones internacionales en los que el Estado Mexicano sea parte²⁰. Y que los envases y embalajes de los productos deberán ajustarse a las especificaciones que establezcan las disposiciones aplicables²¹.

78. Por su parte, el título décimo tercero, en su capítulo único relativo a la publicidad, indica:

ARTICULO 300.- Con el fin de proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de las personas con discapacidad, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretarías de Gobernación, Educación Pública, Economía, Comunicaciones y Transportes y otras dependencias del Ejecutivo Federal.

ARTICULO 301.- Será objeto de autorización por parte de la Secretaría de Salud, la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, venta o consumo en forma directa o indirecta de los insumos para la salud, las bebidas alcohólicas, así como los productos y servicios que se determinen en el reglamento de esta Ley en materia de publicidad.

Queda prohibida la publicidad de alimentos y bebidas con bajo valor nutricional y alta densidad energética, dentro de los centros escolares.

²⁰ ARTICULO 210.- Los productos que deben expendirse empacados o envasados llevarán etiquetas que deberán cumplir con las normas oficiales mexicanas o disposiciones aplicables, y en el caso de alimentos y bebidas no alcohólicas, éstas se emitirán a propuesta de la Secretaría de Salud, sin menoscabo de las atribuciones de otras dependencias competentes.

La Secretaría de Salud considerará los tratados y convenciones internacionales en los que el Estado Mexicano sea parte e incluyan materia de etiquetado y que se hubieren celebrado con arreglo a las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

²¹ ARTICULO 213.- Los envases y embalajes de los productos a que se refiere este título deberán ajustarse a las especificaciones que establezcan las disposiciones aplicables.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

ARTICULO 303.- La Secretaría de Salud coordinará las acciones que, en materia de publicidad relacionada con la salud, realicen las instituciones del sector público, con la participación que corresponda a los sectores social y privado, y con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación.

ARTICULO 305.- Los responsables de la publicidad, anunciantes, agencias de publicidad y medios difusores, se ajustarán a las normas de este título.

ARTICULO 306.- La publicidad a que se refiere esta Ley se sujetará a los siguientes requisitos:

I.- La información contenida en el mensaje sobre calidad, origen, pureza, conservación, propiedades nutritivas y beneficios de empleo deberá ser comprobable;

II.- El mensaje deberá tener contenido orientador y educativo;

III.- Los elementos que compongan el mensaje, en su caso, deberán corresponder a las características de la autorización sanitaria respectiva;

IV.- El mensaje no deberá inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física o mental que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas, en particular de la mujer;

V.- El mensaje no deberá desvirtuar ni contravenir los principios, disposiciones y ordenamientos que, en materia de prevención, tratamiento de enfermedades o rehabilitación, establezca la Secretaría de Salud, y

VI.- El mensaje publicitario deberá estar elaborado conforme a las disposiciones legales aplicables.

ARTICULO 307.- Tratándose de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, ésta no deberá asociarse directa o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas.

La publicidad no deberá inducir a hábitos de alimentación nocivos, ni atribuir a los alimentos industrializados un valor superior o distinto al que tengan en realidad.

La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas deberá incluir en forma visual, auditiva o visual y auditiva, según sea para impresos, radio o cine y televisión, respectivamente, mensajes precautorios de la condición del producto o mensajes promotores de una alimentación equilibrada.

ARTICULO 309.- Los horarios en los que las estaciones de radio y televisión y las salas de exhibición cinematográfica podrán transmitir o proyectar, según el caso, publicidad de bebidas alcohólicas, se ajustarán a lo que establezcan las disposiciones generales aplicables.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

79. De los preceptos legales transcritos se advierte que la Secretaría de Salud, con el fin de proteger la salud pública, es competente para autorizar la publicidad que se refiera a la salud, entre otros, respecto de los productos y servicios a que se refiere esa ley, entre los que se encuentran los alimentos. Será objeto de autorización la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, **venta o consumo en forma directa** o indirecta. Por lo que los responsables de la publicidad, anunciantes, agencias de publicidad y medios difusores, se ajustarán a las normas de ese título.
80. Además, la publicidad para dichos productos, entre otras cosas, no deberá inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física o mental que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas, en particular de la mujer, ni deberá desvirtuar ni contravenir los principios, disposiciones y ordenamientos que, en materia de prevención, tratamiento de enfermedades o rehabilitación, establezca la Secretaría de Salud.
81. En materia de alimento y bebidas no alcohólicas, la publicidad no deberá asociarse directa o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas y **no deberá inducir a hábitos de alimentación nocivos**, ni atribuir a los alimentos industrializados un valor superior o distinto al que tengan en realidad. Además, deberá incluir en forma visual, auditiva o visual y auditiva, según sea para impresos, radio o cine y televisión, respectivamente, mensajes precautorios de la condición del producto o mensajes promotores de una alimentación equilibrada.
82. En conclusión, la Ley General de Salud, en lo que interesa, prevé dos cláusulas habilitantes a favor de la Secretaria de Salud con relación a los productos preenvasados, la primera en el sentido de que le

AMPARO REVISIÓN 272/2024

corresponde emitir todas las especificaciones sobre la naturaleza del producto, la fórmula, la composición, calidad, **denominación distintiva o marca**, denominación genérica y específica, **información de las etiquetas** y contra etiquetas.

83. Y la segunda, **en materia de publicidad de los productos preenvasados**, en el sentido que corresponde a la Secretaría de Salud coordinar las acciones que realicen las instituciones del sector público, con la participación que corresponda a los sectores social y privado, y con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación. En ese sentido, le corresponde autorizar la publicidad que se realice sobre la existencia, calidad y características, así como para promover el uso, **venta o consumo en forma directa** o indirecta.

84. Por ende, la limitante a la publicidad contenida en los artículos 22 Bis y 24 Bis, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad **de no utilizar** personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección, cuando contengan uno o más de los elementos del sistema de etiquetado frontal; ello deriva de la citada clausula habilitante que faculta a la Secretaria de Salud para autorizar publicidad que se refiera a los productos alimenticios y bebidas no alcohólicas preenvasados, en términos del artículo 300 de la Ley General de Salud.

85. En conclusión, el reglamento reclamado respeta los principios de subordinación jerárquica y reserva de ley, porque en cumplimiento a una reserva reglamentaria se concedió a la Secretaría de Salud la facultad de regular lo relativo a la publicidad y contenido de las etiquetas puestas en los productos alimentarios preenvasados. Por lo que, en esencia,

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

dicho ordenamiento no va más allá de lo permitido por la ley de la que deriva.

V. 4. Libertad de expresión.

86. En el cuarto **concepto de violación** la quejosa alega que las normas reclamadas vulneran el derecho de libertad de expresión, al prever la prohibición de personajes en la publicidad. Para ello, alude que la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha analizado la libertad de expresión en el ámbito de los derechos comerciales, y al respecto ha emitido criterios que empiezan a delimitar el contenido de este derecho humano en los casos que se refieren a comunicaciones entre consumidores y proveedores. Así, indica que la prohibición incluida en el artículo 24 bis, incidencia respecto de la libertad de expresión artística, puesto que las prohibiciones tienen una relación directa con la limitación de la creatividad que pueda representar asociar un producto con elementos que puedan ser atractivos a los consumidores, situación que limita la creatividad en la información publicitaria. Luego, aduce que no se cumple con el test de proporcionalidad por los motivos siguientes:

- a). Primera etapa. La norma reclamada no expresa justificación alguna para la modificación a la norma;
- b). Segunda etapa. La restricción de la publicidad a los productos que tengan algún sello del sistema de etiquetado frontal, respecto a personajes, dibujos, deportistas etcétera, no alcanza una alimentación sana. Además, uno de los principales problemas de alimentación en la población mexicana es el hecho de que es difícil para algunas personas acceder a los alimentos de primera necesidad y con la limitante en comento se disminuye la posibilidad en la que las empresas dan a conocer sus productos a los consumidores, por lo que no se logra la finalidad. Lo anterior,

AMPARO REVISIÓN 272/2024

resulta más evidente cuando la autoridad ni siquiera consideró que los productos que tienen el sistema de etiquetado frontal son productos que conforman la canasta básica urbana y rural;

c). Tercera etapa. La autoridad no tomó en cuenta ninguna otra regulación que pudiera solucionar el problema de alimentación, toda vez que el proceso normativo no tienen ninguna justificación respecto de la limitación de publicidad. Así, la autoridad toma la decisión de limitar el acceso a los alimentos y bebidas preenvasados, sin ni siquiera considerar que son parte de la canasta básica rural y urbana, limitando con ello el acceso a la alimentación básica de la población.

d). Cuarta etapa. Indica que el fin perseguido es conseguir que los mexicanos puedan tener una alimentación más sana y balanceada, mientras que la medida en cuestión es restringir la publicidad directa e indirecta de los productos que tengan un sello de advertencia o elemento del etiquetado frontal de advertencia. Por ello, afirma que, si el fin que se persigue con la legislación reclamada es mejorar las condiciones de dieta del mexicano, la autoridad se encuentra reglamentando parcialmente el problema, puesto que no resulta claro cómo evitar la publicidad directa e indirecta combate los problemas de alimentación en México. Asegura que, de acuerdo con el CONEVAL, el problema de la alimentación es la disponibilidad de los alimentos, la accesibilidad, la inseguridad alimentaria, la subalimentación y la desnutrición.

87. Para analizar dicha cuestión, primero debe indicarse que se analizara bajo un test de proporcionalidad ordinario, pues aun cuando se reclama el derecho a la libertad de expresión, ello se hace valer en el ámbito económico y comercial, por estar dirigido al consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas que produce la quejosa.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

88. Así, en obvio de mayores repeticiones innecesarias, se reproducen las consideraciones relativas a las primeras dos etapas del test ordinario que fueron analizadas en el primer tema de este considerando relativas a perseguir una finalidad objetiva y constitucionalmente válida; y, ser adecuada o racional, por descansar en las misma razones ahí precisadas.
89. Ahora, en cuanto a la tercera etapa se considera que es *proporcional*, *porque* el precepto impugnado **protege el interés superior de los menores a través del derecho a la salud y a la alimentación nutritiva, en términos del artículo 4** de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ya que con ello se disminuye el consumo de alimentos preenvasados que contenga alguno de los sellos del sistema de etiquetado frontal; ello, a través de limitar el uso de personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección, en las etiquetadas de los productos en la publicidad y etiqueta de los productos.
90. En ese contexto, esta Segunda Sala considera que es mayor la importancia del fin buscado que los efectos perjudiciales que produce en los derechos de la quejosa.
91. Ello es así, pues la importancia de la norma impugnada es prevenir y atenuar el fenómeno de la obesidad infantil, a través de desincentivar el consumo de productos para su salud que contengan exceso en los ingredientes críticos.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

92. En ese contexto, la limitante al derecho de expresión para realizar actividades de publicidad y que no se puedan utilizar personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, **dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección**, no son de tal entidad ni se encuentran por encima de la importancia de la realización de la finalidad de la medida analizada. Dicho, en otros términos, las ventajas que se obtienen con la intervención del Estado justifican los sacrificios o desventajas que la misma ocasiona.
93. Además, de ninguna manera significa que la porción normativa impugnadas vulnere el derecho a la libertad de expresión sino solo que no se utilicen los referidos elementos en el publicidad de los productos que comercializa la quejosa.
94. Esto, porque con el artículo reclamado únicamente genera una afectación en la publicidad de los productos de alimentos y bebidas preenvasados de la quejosa y, en todo caso, económicas. Las cuales se encuentran justificadas en un aspecto de mayor entidad como lo es la salud y alimentación de los infantes.
95. En tal contexto, la finalidad buscada con la implementación de la limitante se encuentra por encima de las posibles ventajas competitivas de los productos que contengan los personajes o elementos que busquen incentivar el consumo hacia los menores de edad.

V. 5. Motivación reforzada.

96. Es infundado el **quinto concepto de violación**, argumenta que se incumplió con la obligación de motivar de forma reforzada la modificación al Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

Publicidad, en específico indica que la autoridad no estableció ningún razonamiento respecto de la necesidad de limitar la publicidad en los términos en los que lo realiza. Asimismo, señala que, dentro de los estudios realizados por la autoridad se encuentra un perfil nutrimental para ser aplicado en los sellos de advertencia, que deriva de la Organización Panamericana de la Salud, pero este no es Organismo Internacional de Normalización, en términos del artículo 72 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

97. Del mismo modo, indica que la autoridad únicamente analizó la necesidad de limitar el consumo de dichos productos, pero los problemas de alimentación de la población mexicana son mayores que el exceso de calorías en la nutrición, pero no citó los resultados de un estudio realizado en el dos mil dieciocho por el CONEVAL, que resulta de gran relevancia pues evalúa no solo al etiquetado frontal, sino la alimentación del mexicano de manera completa, sin sesgos respecto de los alimentos preenvasados.
98. Indica que de acuerdo con con el documento denominado ““Are Front-of-Package Warning Labels More Effective at Communicating Nutrition Information than Traffic-Light Labels? A Randomized Controlled Experiment in a Brazilian Sample”, el principal resultado del etiquetado de advertencia es inhibir el consumo de alimentos saludables y no saludables, esto es, inhibir el consumo de cualquier alimento sin importar su calidad.
99. Lo anterior, porque este Alto Tribunal ha establecido que la fundamentación y motivación tratándose de leyes, se satisfacen, respectivamente, cuando el legislador actúa dentro de los límites de las atribuciones que la constitución correspondiente le confiere y cuando las leyes que emite se refieren a relaciones sociales que reclaman ser

AMPARO REVISIÓN 272/2024

jurídicamente reguladas. Por lo que hace a la motivación legislativa, el Tribunal Pleno ha sostenido que puede ser reforzada u ordinaria según se trate del valor que se encuentre en juego y del derecho que se estime violado.

100. Así, en cuanto a la **motivación reforzada**, que afirma la parte quejosa debió ser observada por la autoridad responsable en la emisión de las normas reclamadas, se actualiza de conformidad con la jurisprudencia cuando se detecta alguna de las denominadas “categorías sospechosas”, es decir, algún acto legislativo en el que se ven involucrados determinados valores constitucionales que eventualmente pueden ponerse en peligro con la implementación de la reforma o adición de que se trate. En estos supuestos se estima que el legislador debió haber llevado un balance cuidadoso entre los elementos que considera como requisitos necesarios para la emisión de una determinada norma o la realización de un acto, y los fines que pretende alcanzar.

101. Así se estableció en la jurisprudencia P./J. 120/2009, de rubro y texto siguientes:

“MOTIVACIÓN LEGISLATIVA. CLASES, CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS. Los tribunales constitucionales están llamados a revisar la motivación de ciertos actos y normas provenientes de los Poderes Legislativos. Dicha motivación puede ser de dos tipos: reforzada y ordinaria. La reforzada es una exigencia que se actualiza cuando se emiten ciertos actos o normas en los que puede llegarse a afectar algún derecho fundamental u otro bien relevante desde el punto de vista constitucional, y precisamente por el tipo de valor que queda en juego, es indispensable que el ente que emita el acto o la norma razone su necesidad en la consecución de los fines constitucionalmente legítimos, ponderando específicamente las circunstancias concretas del caso. Tratándose de las reformas legislativas, esta exigencia es desplegada cuando se detecta alguna "categoría sospechosa", es decir, algún acto legislativo en el que se ven involucrados determinados valores

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

constitucionales que eventualmente pueden ponerse en peligro con la implementación de la reforma o adición de que se trate. En estos supuestos se estima que el legislador debió haber llevado un balance cuidadoso entre los elementos que considera como requisitos necesarios para la emisión de una determinada norma o la realización de un acto, y los fines que pretende alcanzar. Además, este tipo de motivación implica el cumplimiento de los siguientes requisitos: a) La existencia de los antecedentes fácticos o circunstancias de hecho que permitan colegir que procedía crear y aplicar las normas correspondientes y, consecuentemente, que está justificado que la autoridad haya actuado en el sentido en el que lo hizo; y, b) La justificación sustantiva, expresa, objetiva y razonable, de los motivos por los que el legislador determinó la emisión del acto legislativo de que se trate. Por otra parte, la motivación ordinaria tiene lugar cuando no se presenta alguna "categoría sospechosa", esto es, cuando el acto o la norma de que se trate no tiene que pasar por una ponderación específica de las circunstancias concretas del caso porque no subyace algún tipo de riesgo de merma de algún derecho fundamental o bien constitucionalmente análogo. Este tipo de actos, por regla general, ameritan un análisis poco estricto por parte de la Suprema Corte, con el fin de no vulnerar la libertad política del legislador. En efecto, en determinados campos -como el económico, el de la organización administrativa del Estado y, en general, en donde no existe la posibilidad de disminuir o excluir algún derecho fundamental- un control muy estricto llevaría al juzgador constitucional a sustituir la función de los legisladores a quienes corresponde analizar si ese tipo de políticas son las mejores o resultan necesarias. La fuerza normativa de los principios democrático y de separación de poderes tiene como consecuencia obvia que los otros órganos del Estado -y entre ellos, el juzgador constitucional- deben respetar la libertad de configuración con que cuentan los Congresos Locales, en el marco de sus atribuciones. Así, si dichas autoridades tienen mayor discrecionalidad en ciertas materias, eso significa que en esos temas las posibilidades de injerencia del juez constitucional son menores y, por ende, la intensidad de su control se ve limitada. Por el contrario, en los asuntos en que el texto constitucional limita la discrecionalidad del Poder Legislativo, la intervención y control del tribunal constitucional debe ser mayor, a fin de respetar el diseño establecido por ella. En esas situaciones, el escrutinio judicial debe entonces ser más estricto, por cuanto el orden constitucional así lo exige. Conforme a lo anterior, la severidad del control judicial se encuentra inversamente relacionada con el

AMPARO REVISIÓN 272/2024

*grado de libertad de configuración por parte de los autores de la norma.*²²

102. Bajo tal contexto, es oportuno destacar que de los artículos reclamados, no se advierte la presencia de alguno de los criterios enunciados en el artículo 1° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y que se relacionan con el origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

103. En esa medida, esta Sala considera que no resulta exigible una motivación reforzada en la elaboración del reglamento en comento, pues no se advierte algún aspecto propio de las “categorías sospechosas”, esto es, no hay un rompimiento al principio de igualdad, por lo que era suficiente que el legislador expusiera las razones que lo condujeron a considerar necesario establecer el sistema de etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas preenvasados, así como la limitación de los personas infantiles. Máxime que, como se aprecia se llevó a cabo el trámite de mejora regulatoria que culminó con un dictamen final.

104. Es por ello, que resulta infundado el argumento de la motivación reforzada, máxime porque la quejosa formula dicho planteamiento a partir de su situación como productora y comercializadora de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasadas, alegando violaciones a sus derechos de libre concurrencia y de libertad de comercio, en función de lo cual no resulta dable exigir ese tipo de motivación.

105.

²² Visible en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXX, Diciembre de 2009, página 1255, registro digital 165745.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

106. Luego, el hecho de que no se citaran los resultados de un estudio realizado en el dos mil dieciocho por el CONEVAL, ni el documento denominado ““Are Front-of-Package Warning Labels More Effective at Communicating Nutrition Information than Traffic-Light Labels? A Randomized Controlled Experiment in a Brazilian Sample”, lo cierto es que la autoridad emisora no se encontraba obligada hacerla, máxime que, como se mencionó la reforma al reglamento reclamado, deriva de la reforma de la Ley General de Salud, publicada en el Diario Oficial de la Federación el ocho de noviembre de dos mil diecinueve, que obedecieron a las cifras alarmantes de obesidad en la población mexicana, particularmente, en tratándose de menores de edad; a las declaraciones de emergencia epidemiológica emitidas por la Secretaría de Salud, una por obesidad y la otra por diabetes; porque la obesidad se convirtió en el principal factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades no transmisibles (ECNT) o crónico degenerativas; entre otras. Por lo tanto, los motivos de la reforma se encuentran establecidos en dichas cuestiones.

107. Además, que para su emisión se contó con el oficio CONAMER/20/3502²³ de quince de septiembre de dos mil veinte, por el que el Comisionado Nacional de Mejora Regulatoria, emitió el dictamen final del anteproyecto denominado “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, se advierte que esa dependencia indicó que la causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre los requerimientos energéticos que se ingieren y los que se gastan, interviniendo también factores como la susceptibilidad genética, el estilo de vida, y otros determinantes

²³ <https://www.cofemersimir.gob.mx/expedientes/24461>

AMPARO REVISIÓN 272/2024

subyacentes el entorno cultural, condición socio económico y educacional y la urbanización, por señalar algunos.

108. Así, si la causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre los requerimientos que se ingieren y los que se gastan, interviniendo factores como la susceptibilidad genética, el estilo de vida y otros determinantes como el entorno cultura; lo cierto es que con la limitante prevista en las normas reclamadas se busca precisamente que los menores de edad no elegían productos alimenticios preenvasados que contengan ingredientes críticos en exceso que pudiera afectar su salud, con lo cual se pretende que la ingesta de contenido energético sea menor, de ahí que se considera que la medida sea apta para los fines que se buscan.

V. 6 Vulneración al principio de libre competencia.

109. En el **sexto concepto de violación** aduce que se vulneraron los tratados internacionales que México ha signado, por establecer una medida sin elementos científicos. Al respecto, indica que el acceso al mercado en condiciones de libre competencia y concurrencia, es definido como la interrelación de diversas personas en relaciones comerciales, en las que existe una parte que oferta productos y otra que busca consumir dichos productos. En este sentido, aduce que cualquier regulación que implique normar la interacción entre un ofertante y un consumidor de productos y servicios deberá de privilegiar en todo momento los derechos del ofertante y del consumidor, a saber: el derecho de quien oferta de dar a conocer su producto sin información falsa, el derecho del ofertante de dar a conocer las condiciones de su producto o servicio con información que permita al consumidor conocer a cabalidad las condiciones del producto o servicio, equilibrar la relación entre ofertante y consumidor, poniendo a disposición del consumidor

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

toda la información que resulte relevante respecto del bien o servicio que está adquiriendo.

110. Así, refiere que se incumplieron diversos principios establecidos por la jurisprudencia del órgano de apelación de la Organización Mundial del Comercio como es el de efectividad que con relación al Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial de Comercio y el Tratado de México, Estados Unidos y Canadá establecen dos elementos necesarios para que un reglamento técnico establezca una medida que pueda restringir el comercio. El primero de ellos es un fin legítimo, como lo puede ser la salud, y el segundo que se tomen elementos científicos y técnicos para determinar la existencia del riesgo sanitario, pero ambos deberán ser interpretados a la luz del principio de efectividad, en el sentido en que no es suficiente que un Estado señale un riesgo sanitario, sino que deberán de existir suficientes datos (científica y técnica) para poder aseverar que ese riesgo se mitigará con la medida.

111. Otro de los principios que considera se vulneró es el de examen de las tendencias, en el que el Órgano de Apelación ha determinado reglas para realizar el examen de las tendencias, y en estas reglas encontramos que el Estado Mexicano incumplió al analizar los datos de manera sesgada, parcial e inequitativa, lo que provocó un examen inadecuado de las tendencias. Con base en ello, indica que el análisis de las tendencias deberá ser completo, tomando en cuenta períodos completos, y no únicamente períodos específicos, por lo que México no analizó las tendencias para emitir el sistema normativo reclamado. Lo anterior se hace evidente cuando se analiza que en el caso mexicano ni siquiera se analizó la tendencia de consumo de alimentos con altos contenidos en nutrientes críticos (sodio, azúcares, grasas saturadas,

AMPARO REVISIÓN 272/2024

grasas trans, edulcorantes, calorías), con el etiquetado vigente de 2015 a 2020.

112. También, aduce que se omitió el principio de datos relativos al pasado más reciente, que tiene un peso relevante, puesto que tal y como lo establece el numeral 2.2 del Acuerdo Sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, exige que para tomar una medida restrictiva se deben tener datos que avalen el riesgo que se pretende evitar, situación que en el caso que nos ocupa, se determinó sin cumplir con las directrices que la organización mundial del comercio ha establecido.

113. De igual forma, que se vulneró el principio de proporcionalidad que exige que las medidas restrictivas sean proporcionales al daño o riesgo causado, de manera que a mayor cantidad de daño más restrictiva puede ser la medida.

114. Por otra parte, refiere que de conformidad con el numeral 2.2 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial de Comercio los miembros de la Organización Mundial de Comercio no elaborarán, adoptarán o aplicarán reglamentos técnicos que puedan tener por objeto o efecto crear obstáculos innecesarios al comercio internacional, de manera que los reglamentos técnicos no restrinjan más de lo necesario para alcanzar un objetivo legítimo, entre otros, la protección de la salud pública.

115. Son infundados los argumentos anteriores. Para ello, es necesario indicar que en materia libre competencia, el artículo 28 Constitucional, establece:

“Art. 28.- En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos, las condonaciones de impuestos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.

En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.”

116. Por su parte, los artículos 1, 2, 3, fracción IV, y 52 de la Ley Federal de Competencia Económica, establecen:

“Artículo 1. La presente Ley es reglamentaria del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de libre concurrencia, competencia económica, monopolios, prácticas monopólicas y concentraciones, es de orden público e interés social, aplicable a todas las áreas de la actividad económica y de observancia general en toda la República.

Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre concurrencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre concurrencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

...

IV. Barreras a la Competencia y la Libre Concurrencia: Cualquier característica estructural del mercado, hecho o acto de los Agentes Económicos que tenga por objeto o efecto impedir el acceso de competidores o limitar su capacidad para competir en los mercados; que impidan o distorsionen el proceso de competencia y libre concurrencia, así como las disposiciones jurídicas emitidas por cualquier orden de gobierno que indebidamente impidan o distorsionen el proceso de competencia y libre concurrencia;

AMPARO REVISIÓN 272/2024

Artículo 52. Están prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas y las barreras que, en términos de esta Ley, disminuyan, dañen, impidan o condicionen de cualquier forma la libre competencia o la competencia económica en la producción, procesamiento, distribución o comercialización de bienes o servicios.”

117. Al respecto, esta Segunda Sala del Máximo Tribunal emitió la jurisprudencia 2a./J. 9/2017²⁴ (10a.), del título, subtítulo y texto siguientes:

“PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. BIENES JURÍDICOS TUTELADOS EN ESTA MATERIA POR EL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. Entre los bienes jurídicos tutelados por el precepto citado se encuentran los derechos del consumidor y de la sociedad, sin que ello implique que se trate de la única protección perseguida por la Constitución, pues también reconoce los relativos a la competencia y a la libre competencia, lo que es lógico pues en la medida en que exista un ambiente de competencia y libre competencia, el consumidor y la sociedad en general, como eslabones de un cadena de producción, se benefician al no ser afectados por prácticas monopólicas; los conceptos de competencia y libre competencia invariablemente van unidos a la pretensión de no afectar a los consumidores y al público en general por la realización de actos que no permitan la adquisición de bienes y servicios en condiciones de competencia.”

118. Así, esta Suprema Corte ha establecido que entre los bienes jurídicos tutelados por dicho precepto constitucional se encuentran los derechos del consumidor y de la sociedad, sin que ello implique que se trate de la única protección perseguida por la Constitución, pues también reconoce los relativos a la competencia y a la libre competencia.

119. En el amparo en revisión 26/2023²⁵, se determinó que el derecho humano a la libre competencia, con carácter de derecho económico,

²⁴ Gaceta del Semanario Judicial de la Federación. Décima Época. Libro 39, Febrero de 2017, Tomo I, página 398. Registro digital: 2013628.

²⁵ Resuelto en sesión de veintiséis de abril de dos mil veintitrés, por unanimidad de cinco votos.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

social, cultural y ambiental, cumple con el objeto de conseguir la igualdad y prosperidad de las clases sociales, por lo que corresponde al Estado una obligación de hacer y participar directamente a través de una política activa, dado que tales derechos se concretan como prestaciones.

120. En ese sentido, la libertad de competencia consiste en la prerrogativa que tiene cualquier persona de acudir libremente al mercado a ofrecer bienes y servicios en condiciones de igualdad, y asegurar con ello una sana competencia entre los proveedores de dichos productos o servicios, con el fin de proteger los derechos sociales de la colectividad²⁶.
121. Por su parte, la libre competencia ha sido reconocida como un derecho humano con carácter económico, social, cultural y ambiental, por virtud del cual las personas pueden realizar cualquier actividad económica que deseen, ya sea en la producción, distribución, consumo o venta en el mercado regional o nacional, sin más limitaciones que las establecidas por la Constitución Federal.
122. En tal contexto, el dispositivo constitucional de mérito prohíbe cualquier tipo de acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre competencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

²⁶ 8. UNAM, "II. Libre competencia y monopolios", Invalidez de las reformas a las leyes federales de telecomunicaciones y de radio y televisión, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM-SCJN, p. 22.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

123. Así, implica la participación en el mercado de un proveedor o grupo de proveedores, en igualdad de circunstancias, para que por sí mismos establezcan las condiciones de producción y comercialización de bienes o servicios que pretendan ofrecer al público; con plena libertad de decidir cuándo entrar y salir del mercado, y sin que alguien pueda imponerle condiciones en las relaciones de intercambio.
124. Por su parte, la Ley Federal de Competencia Económica es el ordenamiento jurídico aplicable para complementar el entendimiento de estos derechos, pues tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre competencia y la competencia económica en el mercado y, en ese sentido, prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre competencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.
125. La normativa de referencia define a las barreras a la competencia y la libre competencia cualquier característica estructural del mercado, hecho o acto de los agentes económicos que tenga por objeto o efecto impedir el acceso de competidores o limitar su capacidad para competir en los mercados; que impidan o distorsionen el proceso de competencia y libre competencia, así como las disposiciones jurídicas emitidas por cualquier orden de gobierno que indebidamente impidan o distorsionen el proceso de competencia y libre competencia.
126. Ahora bien, la limitante prevista por la norma reclamada no vulnera el derecho de la libre competencia y competencia económica, ni establece barreras a dichos derechos.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

127. Lo anterior, porque la limitante a la publicidad establecida a los alimentos y bebidas alcohólicas preenvasados que contengan en su etiqueta uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, no contengan personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección, aplica para todas las personas que produzcan o comercialicen alimentos y bebidas alcohólicas preenvasadas, por ello, todas se encuentran en igualdad de circunstancias para acceder al mercado a ofrecer los productos en condiciones de igualdad.
128. En efecto, la limitante prevista en el citado artículo solo es para que la publicidad de los productos alimenticios y de bebidas no contengan personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales, dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, cuando presente uno o más elementos del sistema de etiquetado frontal, pero los productos siguen a la venta para consumo de toda la población, ni se ven limitados a que no se expongan para su venta.
129. Además, si el producto no cuenta con los elementos del sistema de etiquetado frontal o es reformulado para ello, los productores pueden colocar tales características en la publicidad en igualdad de circunstancias. Así, aunque tal precepto limite la publicidad del producto, ello no crea una desigualdad en el mercado, pues la limitante es para todos los productos que contengan alguno de los citados elementos, sin distinguir alguno en especial.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

130. En ese sentido, la norma reclamada no constituye una restricción a la competencia, sino una medida de protección de la salud pública, pues la intención no es desplazar empresas del mercado, sino procurar que la información sobre el contenido nutricional de los productos sea adecuada, transparente y accesible, verificando que no induzca a decisiones desinformadas, protegiendo así el bienestar de la población. Se busca asegurar que las prácticas publicitarias no comprometan la salud de los consumidores y mucho menos de la niñez, en el entendido de que corresponde al Estado la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar el derecho humano a la salud.
131. Por ello, no se actualiza algunas de las hipótesis relativas a prohibiciones, previstas en el artículo 28 de la Constitución Federal y, por tanto, de una transgresión a los derechos de referencia. Pues no se trata de un acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, para evitar la libre competencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social. Al contrario, la citada limitante busca disuadir el consumo de productos con altas cantidad de ingredientes críticos, que afectan la salud de la población en general, pero de manera específica a los menores de edad.
132. Por tanto, esta Segunda Sala determina que el artículo impugnado no es violatorio de los derechos de libre competencia y competencia, reconocidos en el artículo 28 de la Constitución Federal.

V. 7 Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

133. Es **infundado el séptimo concepto de violación** refiere que se vulneraron los tratados internacionales que México ha signado, por no haber notificado a los demás Estados la medida que implementó. Lo anterior, porque la norma reclamada es una medida restrictiva al comercio, que al alejarse de la norma que se ha reconocido como Internacional, toda vez que en ningún país se ha limitado la publicidad de productos y servicios, por lo que México debió haber notificado a los demás países la intención de establecer dicho reglamento en términos de los artículos 2.9, 2.9.1, 2.9.2, 2.9.3 y 2.9.4 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio.
134. Para ello, es necesario indicar que de acuerdo con los puntos anteriores citados por la quejosa en todos los casos en que no exista una norma internacional pertinente o en que el contenido técnico de un reglamento técnico en proyecto no esté en conformidad con el contenido técnico de las normas internacionales pertinentes, y siempre que dicho reglamento técnico pueda tener un efecto significativo en el comercio de otros Miembros, los Miembros anunciarán mediante un aviso en una publicación, en una etapa convenientemente temprana, de modo que pueda llegar a conocimiento de las partes interesadas de los demás Miembros, que proyectan introducir un determinado reglamento técnico.
135. De la citada normatividad, se aprecia que conducta se actualiza “ siempre que dicho reglamento técnico pueda tener un efecto significativo en el comercio de otros Miembros”, así como se determinó en acápites anteriores, no se actualiza dicha hipótesis porque el derecho al comercio y libre competencia no se ven afectados con la limitante prevista en la norma impugnada, por los motivos anteriormente citados.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

136. En efecto, las normas impugnadas de ninguna manera constituyen una barrera al comercio, en la medida que no se le impide a la quejosa ni los productores o a los comercializadores de productos preenvasados dedicarse a la actividad que deseen, tampoco se les restringe su participación en el mercado en beneficio de quien ejerce la misma actividad.
137. Además, de acuerdo con el punto 2.2 del mismo ordenamiento²⁷, los reglamentos técnicos **no restringirán el comercio más de lo necesario para alcanzar un objetivo legítimo**, teniendo en cuenta los riesgos que crearía no alcanzarlo y, entre tales objetivos legítimos se encuentra **la protección de la salud** o seguridad humanas, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medio ambiente. Por ello, la limitante en comento se encuentra justificada porque la medida tiene como fin la protección a la salud.

V. 8. Propiedad intelectual y derechos de autor.

138. Es infundado el **octavo concepto de violación** indican que existió una violación al principio de reserva de ley, porque la norma reclamada legisla en materia de propiedad intelectual, cuya facultad está reservada exclusivamente al Congreso de la Unión, en términos del artículo 73, fracción XXV, de la Constitución Federal.
139. Indican que el objeto de la Ley de Propiedad Industrial es la promoción y fomento de la actividad inventiva de aplicación industrial, así como

²⁷ Los Miembros se asegurarán de que no se elaboren, adopten o apliquen reglamentos **técnicos que tengan por objeto o efecto crear obstáculos innecesarios al comercio internacional**. A tal fin, los reglamentos técnicos **no restringirán el comercio más de lo necesario para alcanzar un objetivo legítimo**, teniendo en cuenta los riesgos que crearía no alcanzarlo. Tales objetivos legítimos son, entre otros: los imperativos de la seguridad nacional; la prevención de prácticas que puedan inducir a error; **la protección de la salud** o seguridad humanas, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medio ambiente. Al evaluar esos riesgos, los elementos que es pertinente tomar en consideración son, entre otros: la información disponible científica y técnica, la tecnología de elaboración conexas o los usos finales a que se destinen los productos.

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio, favorecer la creatividad para el diseño y presentación de productos nuevos y útiles. Destaca que de acuerdo con el artículo 89, fracción VII, de la citada ley, pueden constituir una marca la pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; pero la norma reclamada al prohibir la utilización de figuras, personajes y diseños con la emisión de disposición reclamada, los titulares de las marcas quedan en un estado de indefensión al perder la posibilidad de diferenciar su producto con otros del mercado, lo que resulta en una violación a las obligaciones internacionales en materia de propiedad intelectual al tratarse de una medida que constituye un obstáculo innecesario al comercio, por carecer de sustento que demuestre un impacto en la salud por la falta de inclusión de signos distintivos en un producto. Por ende, concluye que una ley es la única que puede restringir los derechos de propiedad intelectual, así respetando debidamente el principio de reserva de ley. Aunado a que la Ley General de Salud, en ninguna de sus disposiciones ni en su exposición de motivos, permite que el reglamento en materia de publicidad pueda llegar a imponer cualquier tipo de limitaciones a los derechos en materia de propiedad intelectual, en el sentido de prohibir la inclusión en la etiqueta personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales.

140. El artículo 28 constitucional que establece:

“Art. 28.-...

...

AMPARO REVISIÓN 272/2024

Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que, para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.”

141. Al respecto, la Primera Sala de este Alto Tribunal al resolver el amparo en revisión 190/2016²⁸, determinó que de acuerdo con la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ("OMPI"), el derecho a la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. A partir de este concepto genérico, el Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual de 1967 reconoce un amplio catálogo de las creaciones que pueden ser objeto de protección, que se ha dividido entre dos ramas cuya regulación se realiza por separado, a saber: 1. El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883, conocido como "Convenio de París") que se enfocó a lo que se conoce como derecho de la propiedad industrial, que comprende patentes de invención, los diseños industriales (creaciones estéticas relacionadas con el aspecto de los productos industriales), las marcas de fábrica, las marcas de servicio, los esquemas de trazado de circuitos integrados, los nombres y las denominaciones comerciales, las indicaciones geográficas y la protección contra la competencia desleal, todos ellos reducibles a signos que transmiten información, en particular a los consumidores, en relación con los productos y servicios disponibles en el mercado, todo esto con la doble finalidad de impedir la utilización no autorizada de dichos signos (a favor de las titulares) y la inducción al error en los consumidores (a favor de las y los consumidores).

142. Por otra parte, el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886, conocido como "Convenio de Berna") se

²⁸ Sesión de cinco de abril de dos mil diecisiete, unanimidad de cinco votos

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

enfocó al derecho de los derechos de autor, que se aplica a las creaciones literarias y artísticas como libros, obras musicales, pinturas, esculturas, películas y obras basadas en la tecnología (como programas informáticos y bases de datos).

143. Ahora de acuerdo con el artículo 73, de la Constitución Federal,

“Art. 73.- El Congreso tiene facultad:

...

*XXV.- De establecer el Sistema para la Carrera de las Maestras y los Maestros, en términos del artículo 3o. de esta Constitución; establecer, organizar y sostener en toda la República escuelas rurales, elementales, media superiores, superiores, secundarias y profesionales; de investigación científica, de bellas artes y de enseñanza técnica, escuelas prácticas de agricultura y de minería, de artes y oficios, museos, bibliotecas, observatorios y demás institutos concernientes a la cultura general de los habitantes de la nación y legislar en todo lo que se refiere a dichas instituciones; para legislar sobre vestigios o restos fósiles y sobre monumentos arqueológicos, artísticos e históricos, cuya conservación sea de interés nacional; así como para dictar las leyes encaminadas a distribuir convenientemente entre la Federación, las entidades federativas y los Municipios el ejercicio de la función educativa y las aportaciones económicas correspondientes a ese servicio público, buscando unificar y coordinar la educación en toda la República, y para asegurar el cumplimiento de los fines de la educación y su mejora continua en un marco de inclusión y diversidad. Los Títulos que se expidan por los establecimientos de que se trata surtirán sus efectos en toda la República. **Para legislar en materia de derechos de autor y otras figuras de la propiedad intelectual relacionadas con la misma;***

...”

144. Así, como se puede observar la facultad de legislar en materia de propiedad industrial y derechos de autor corresponde al Congreso de la Unión, la cual emitió la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y la Ley Federal del Derecho de Autor, sin embargo, tal facultad de regulación debe entenderse en lo relativo al derecho de autor sobre la protección de los derechos de los autores, de los artistas

AMPARO REVISIÓN 272/2024

intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual. Lo anterior, para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Así, la ley reconoce el derecho del autor de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma, dentro de los límites que establece la ley.

145. Y en lo relativo a la propiedad intelectual la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados, marcas y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen e indicaciones geográficas; regulación de los secretos industriales; prevención de actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos; la promoción de la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas, la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles, y promoción de la difusión de los conocimientos tecnológicos en el país.

146. En ese contexto, los artículos reclamados, no invaden la competencia del Congreso de la Unión para legislar en derecho de autor y propiedad industrial, porque lo que regulan es la publicidad los productos de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados pues como se aprecia la limitante de que no contengan personajes infantiles, animaciones, dibujos animados, celebridades, deportistas o mascotas, elementos interactivos, tales como, juegos visual espaciales o descargas digitales,

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

es con el fin de que fomentar, promover o incitar el consumo de alimentos dirigidos a niñas y/o a niños, es decir, por cuestiones de publicidad, la cual es facultad de la Secretaría de Salud, en términos de los artículos 212 y 300 de la Ley General de Salud.

147. De ahí lo infundado de los conceptos de violación sobre dichos tópicos.

9. Procedimiento de mejora regulatoria.

148. En el **décimo concepto de violación**, aduce que se vulnera el derecho de seguridad jurídica respecto del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, al emitir una disposición diversa a la señalada y aprobada en el dictamen final.

149. Lo anterior, porque del dictamen final emitido por la Comisión de Mejora Regulatoria respecto del artículo 25 Bis, la Secretaría de Salud en función a los comentarios realizados determinó modificar diversas disposiciones para quedar de la siguiente manera: “Se modificó el artículo 25 Bis 1 respecto de la restricción del etiquetado orientado hacia el público infantil, para quedar como: *“Artículo 25 Bis 1. La etiqueta de los alimentos y bebidas no alcohólicas que incluyan uno o más de los sellos de exceso de energía o de nutrimentos críticos y/o la leyenda edulcorantes no deben contener elementos dirigidos a niñas y/o a niños que inciten, promuevan o fomenten su consumo, compra o elección; ni hacer referencia a elementos ajenos con el mismo fin.”* Y de esta forma limitar la aplicación de dicho artículo aquellos productos que en su etiquetado deban incluir alguno de los sellos de exceso de nutrimentos críticos o de contenido de edulcorantes.

150. Por ello, la Secretaría de Salud estuvo de acuerdo con la modificación de la disposición para limitar los productos preenvasados que contengan alguno de los sellos o el contenido de edulcorantes respecto

AMPARO REVISIÓN 272/2024

a la prohibición de colocar en su etiquetado signos distintivos que inciten su consumo a los niños o niñas. Lo anterior debió ser sometido a la evaluación correspondiente por la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria y a comentarios de los particulares, pero ello no ocurrió.

151. **Es infundado el argumento en comento.**

152. Lo anterior es así, porque del dictamen final contenido en el oficio CONAMER/20/3502²⁹ de quince de septiembre de dos mil veinte, por el que el Comisionado Nacional de Mejora Regulatoria, se advierte que dicha autoridad advirtió dicha circunstancia, tan es así que lo plasmo en el citado documento, sin embargo, emitió el presente dictamen final, de conformidad con lo previsto en el artículo 75 de la Ley General de Mejora Regulatoria por lo que la Secretaría de Salud podía proceder con las formalidades necesarias para su publicación en el Diario Oficial de la Federación, en términos del diverso 76 de la misma legislación, por ello, contrario a lo que aduce la quejosa, la modificación al citado precepto sí fue motivo de conocimiento por la autoridad de mejora regulatoria, quien dio el aval para su prosecución, pues en caso de no haber estado de acuerdo con su redacción hubiera realizado el comentario correspondiente.

V. 10. Permiso de publicidad.

153. En el **décimo segundo** concepto de violación argumenta que es inconstitucional el requisito de tramitar un permiso para la publicidad de alimentos y bebidas, porque el Dictamen de la Comisión de Mejora Regulatoria indicó que el motivo por el que se solicita el permiso previo a que las empresas puedan realizar su publicidad en televisión abierta, televisión restringida, salas de exhibición cinematográfica, internet y demás plataformas digitales, es para revisar que la publicidad de las

²⁹ <https://www.cofemersimir.gob.mx/expedientes/24461>

AMPARO EN REVISIÓN 272/2024

empresas cumpla con lo dispuesto por el reglamento y con ello conocer que la información del etiquetado frontal de advertencia se encuentre en la publicidad. Sin embargo, ello no es un motivo suficiente para solicitar un permiso, puesto que las autoridades tienen la posibilidad de realizar supervisiones a la publicidad de las empresas, y con ello verificar el cumplimiento de las disposiciones del reglamento.

154. Tales aseveraciones resultan **inoperantes**, porque no proporciona un argumento tendente a demostrar que la norma impugnada es contraria a la constitución, puesto que solo aduce que el motivo que se dio es insuficiente porque la autoridad tiene la posibilidad de realizar supervisiones, sin embargo, como se mencionó la medida adoptada en la norma reclamada es preventiva, dado los fines y el derecho a proteger, por lo que el permiso otorgado para la publicidad de los productos alimenticios y bebidas alcohólicas debe ser previo a su difusión.

155. En tal contexto, al resultar infundados los conceptos de violación lo procedente, en la materia de revisión competencia de esta Suprema Corte de Justicia de la Nación, es **negar el amparo y protección de la Justicia Federal**.

VI. DECISIÓN

Por lo anteriormente expuesto y fundado, se resuelve:

ÚNICO. En la materia de revisión, **la Justicia de la Unión no ampara ni protege** a la quejosa en contra del Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, en específico los artículo 22 Bis y 24 Bis, publicado en el Diario Oficial de la Federación el ocho de septiembre de dos mil veintidós.

AMPARO REVISIÓN 272/2024

Notifíquese

En términos de lo previsto en los artículos 110 y 113 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; así como en el Acuerdo General 11/2017, del Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, publicado el dieciocho de septiembre de dos mil diecisiete en el Diario Oficial de la Federación, en esta versión pública se suprime la información considerada legalmente como reservada o confidencial que encuadra en esos supuestos normativos.